

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO  
SOCIOECONÔMICO - PPGDS  
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO**

**RODERVAL FERNANDES CYPRIANO**

**MARKETING TERRITORIAL E A CARNE BOVINA COMO PRODUTO TURÍSTICO:  
PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS**

**CRICIÚMA**

**2021**

**RODERVAL FERNANDES CYPRIANO**

**MARKETING TERRITORIAL E A CARNE BOVINA COMO PRODUTO TURÍSTICO:  
PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico.

Orientador: Dr. Miguelangelo Gianezini  
Coorientador: Dr. César Augustus Winck

**CRICIÚMA**

**2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

C996m Cypriano, Roderval Fernandes.

Marketing territorial e a carne bovina como produto turístico : perspectivas de desenvolvimento nos Campos de Cima da Serra-RS / Roderval Fernandes Cypriano. - 2021.

122 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico, Criciúma, 2021.

Orientação: Miguelangelo Gianezini.

Coorientação: César Augustus Winck.

1. Turismo e gastronomia - Rio Grande do Sul. 2. Turismo regional - Rio Grande do Sul. 3. Bovino - Criação - Rio Grande do Sul. 4. Marketing territorial. 5. Desenvolvimento socioeconômico. I. Título.

CDD 23. ed. 338.4791

Bibliotecária Eliziane de Lucca Alosilla - CRB 14/1101

Biblioteca Central Prof. Eurico Back - UNESC

**Roderval Fernandes Cypriano**

**MARKETING TERRITORIAL E A CARNE BOVINA COMO  
PRODUTO TURÍSTICO: PERSPECTIVAS DE  
DESENVOLVIMENTO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS**

Esta dissertação foi julgada e aprovada para obtenção do Grau de Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico da Universidade do Extremo Sul Catarinense.

Criciúma, 29 de outubro de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Dr. Miguelangelo Gianezini  
(Presidente e Orientador – UNESC)



Prof. Dr. César Augustus Winck  
(Coorientador - FCARP)



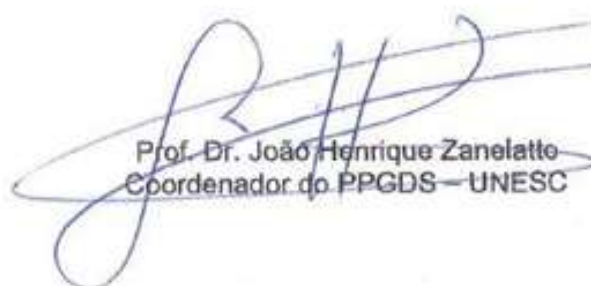
Profa. Dra. Tamara Esteves de Oliveira  
(Membro – UFRGS)



Profa. Dra. Melissa Watanabe  
(Membro – UNESC)



Roderval Fernandes Cypriano  
(Discente)



Prof. Dr. João Henrique Zanelatto  
Coordenador do PPGDS – UNESC

Dedico esta dissertação a Zulma Cypriano e  
Gustavo Cypriano.

## **AGRADECIMENTOS**

A elaboração de uma dissertação é um processo difícil e reservado, entretanto, foram muitos os que contribuíram e me incentivaram na realização deste estudo.

Os meus primeiros agradecimentos vão para o meu orientador Professor Doutor Miguelangelo Gianezini, pela disponibilidade sempre demonstrada e pela forma como sempre me ajudou e orientou na realização do meu trabalho e para o meu coorientador Professor Doutor César Augustus Winck, por suas sugestões e conselhos ao longo do desenvolvimento do estudo.

Agradeço aos Professoras que aceitaram o convite e contribuíram para esta pesquisa, Professora Doutora Tamara Esteves de Oliveira e Professora Doutora Melissa Watanabe.

Um agradecimento especial aos professores PPGDS, Professor Doutor Silvio Parodi Oliveira Camilo, Professora Doutora Kelly Gianezini, Professor Doutor João Henrique Zanelatto, Professor Doutor Jaime Dagostim Picolo e o Professor Doutor Alcides Goularti Filho, que compartilharam seus conhecimentos.

Agradeço aos colegas, agora Mestres, Anderson Benfatto, Igor, Erico e Carina, pelo compartilhar de conhecimento e ajuda ao longo do mestrado.

Agradeço aos amigos do quinteto destro, Albino da Costa Brito, Fernando Locks, Manoel Menegali e Fernando Silveira pela troca de conhecimento e parceria ao longo do curso.

Um especial agradecimento a Luciana Avila de Medeiros, nosso anjo do PPGDS, a Joice Batista Felipe e Elenice Padoin Engel, que me permitiram estar em sala de aula.

Agradeço aos proprietários da Fazenda Potreirinhos, Francisco de Assis Salib Vieira e Nilda Nackes Salib e os proprietários da Estância Tio Tonho, Antônio Afonso Vieira e Antônia Aparecida Pereira Vieira por permitirem a aplicação da pesquisa.

Agradeço a Secretária de Turismo de São José dos Ausentes Sra. Aline Maria Trindade Ramos, do Médico Veterinário de São José dos Ausentes Sr. Wellison Souza, aos amigos Aécio Boeira e Sebastião Fonseca, que contribuíram com as informações históricas da região e com fotos do gado Franqueiro, ao Biólogo Victor Hugo Travi por compartilhar as lindas imagens de São José dos Ausentes.

E por fim agradeço aos colegas da Olá Multicom, em especial ao socio Rudi Cypriano, que com maestria administrou a empresa e as demandas devido a minha ausência, a todos vocês minha gratidão.

Trabalho feito, Graças a Deus!

“Porque! Um dia é preciso parar de sonhar, tirar os planos das gavetas e, de algum modo, começar...”

Amyr Klink

## RESUMO

No Sul do Brasil, a bovinocultura e o produto carne bovina, estão ligados à matriz econômica de diversas regiões, mais marcadamente no estado do Rio Grande do Sul. Para além das questões da cadeia produtiva da carne, tal rebanho traz visibilidade econômica e identificação cultural para o estado, que também têm tradição no turismo rural sustentável, além de experiências no âmbito do “marketing territorial”. Este tipo de marketing pode transformar uma região em um lugar atrativo tanto para visitantes quanto para investidores, por meio da implementação de planos estratégicos direcionados, procurando potencializar todos os recursos e capacidades de um lugar. Nesta dissertação partiu-se do pressuposto de que nos Campos de Cima da Serra (CCS), essas experiências também seriam viáveis. O estudo teve por objetivo descrever e analisar as ações e iniciativas de desenvolvimento que podem ser associadas ao marketing territorial e a bovinocultura de corte local, relacionando a carne como produto turístico incremental em propriedades localizadas no município de São José dos Ausentes, nos CCS. A pesquisa foi conduzida entre o final de 2020 e início de 2021. Com revisão bibliográfica e bibliométrica foi possível conhecer o estado da arte. Por meio de levantamento documental, foram compiladas imagens, dados socioeconômicos e da atividade de bovinocultura na região, permitindo identificar, do ponto de vista do desenvolvimento local, os fatores da exploração de vantagens específicas na produção de carne e serviços associados. E se valendo da técnica de observação, foram coletadas fotos e informações, para descrição dos estabelecimentos produtores de carne bovina no município, em especial as propriedades que desenvolvem atividades turísticas ligadas ao consumo de carne bovina. Como resultados, observou-se que os Campos de Cima da Serra têm um *background* histórico, cultural, sendo um local com atrativos aos turistas e com potencial econômico aos residentes, é ainda pertinente destacar o potencial turístico, por meio dos atrativos naturais e da carne bovina que pode ser agregada como elemento de incremento e potencialização do desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Socioeconômico. Bovinocultura. Turismo de Lugares. Gastronomia. Rio Grande do Sul.

## ABSTRACT

In southern Brazil, cattle raising and the beef product are linked to the economic matrix of several regions, most notably in the state of Rio Grande do Sul. In addition to issues of the meat production chain, this herd brings economic visibility and cultural identification for the state, which also have a tradition in sustainable rural tourism, in addition to experiences in the scope of “territorial marketing”. This type of marketing can transform a region into an attractive place for both visitors and investors, through the implementation of targeted strategic plans, seeking to leverage all the resources and capabilities of a place. In this dissertation, it was assumed that in Campos de Cima da Serra (CCS), these experiences would also be viable. The study aimed to describe and analyze the development actions and initiatives that can be associated with territorial marketing and local beef cattle raising, relating meat as an incremental tourist product in properties located in the municipality of São José dos Ausentes, in the CCS. The research was conducted between the end of 2020 and beginning of 2021. With a bibliographic and bibliometric review, it was possible to know the state of the art. Through a documental survey, images, socioeconomic data and cattle raising activity in the region were compiled, making it possible to identify, from the point of view of local development, the factors for the exploitation of specific advantages in the production of meat and associated services. And using the technique of observation, photos and information were collected to describe the establishments that produce beef in the municipality, in particular the properties that develop tourist activities related to the consumption of beef. As a result, it was observed that Campos de Cima da Serra has a historical, cultural background, being a place with attractions for tourists and with economic potential for residents, it is still pertinent to highlight the tourist potential, through natural attractions and meat which can be added as an element to increase and enhance local development.

**Keywords:** Socioeconomic Development. Cattle ranch. Tourism of Places. Gastronomy. Rio Grande do Sul.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>traceability, beef, premium, specialized breeds, beef cattle, native pasture e grass feed</i> .....	34
Gráfico 2 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>traceability</i> .....	34
Gráfico 3 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>beef</i> .....	34
Gráfico 4 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>premium</i> .....	35
Gráfico 5 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>specialized breeds</i> .....	35
Gráfico 6 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>beef cattle</i> .....	35
Gráfico 7 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>native pasture or grass feed</i> .....	36
Gráfico 8 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina <i>traceability, beef, premium, specialized breeds, beef cattle, native pasture e grass feed</i> .....	36
Gráfico 9 - Publicações por ano Grupo Turismo territorial <i>marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e touristc behavior e tourist behavior</i> .....	37
Gráfico 10 - Publicações por ano Grupo Turismo territorial <i>marketing</i> .....	37
Gráfico 11 - Publicações por ano Grupo Turismo <i>value added</i> .....	38
Gráfico 12 - Publicações por ano Grupo Turismo <i>tourism</i> .....	38
Gráfico 13 - Publicações por ano Grupo Turismo <i>experiencing tourism</i> .....	38
Gráfico 14 - Publicações por ano Grupo Turismo <i>food tourism</i> .....	39
Gráfico 15 - Publicações por ano Grupo Turismo rural <i>tourism</i> .....	39
Gráfico 16 - Publicações por ano Grupo Turismo <i>touristc behavior</i> .....	39
Gráfico 17 - Publicações por ano Grupo Turismo territorial <i>marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e touristc behavior e tourist behavior</i> .....	40
Gráfico 18 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento local <i>identity, local development e territorial development</i> .....	40
Gráfico 19 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento local <i>identity</i> .....	41
Gráfico 20 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento local <i>development</i> .....	41
Gráfico 21 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento territorial <i>development</i> .....	41
Gráfico 22 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento local <i>identity, local development e territorial development</i> .....	42
Figura 1 – Região Funcional de Planejamento, COREDE e município de São José dos Ausentes.....	52

Figura 2 – Mapa turístico de São José dos Ausentes-RS, 2011. ....	53
Figura 3 – Localização das propriedades observadas em S. José dos Ausentes-RS. .....	53
Gráfico 23 - Área plantada ou destinada à colheita, em Ha., em S. J. Ausentes-RS. .....	58
Gráfico 24 - Efetivo anual de rebanho bovino no Brasil e Rio Grande do Sul. ....	60
Gráfico 25 - Efetivo anual de rebanho bovino no Rio Grande do Sul e nos Campos de Cima da Serra. ....	61
Gráfico 26 - Efetivo anual de rebanho bovino nos Municípios André da Rocha, Bom Jesus, Campestre da Serra, Esmeralda, Ipê, Monte Alegre dos Campos, Muitos Capões, Pinhal da Serra, São José dos Ausentes e Vacaria-RS.....	61
Gráfico 27 - Efetivo total anual de rebanho bovino nos Campos de Cima da Serra e São José dos Ausentes-RS.....	62
Figura 4 – Bacia Hidrográfica dos Rios Apuaê-Inhandava-RS.....	65
Figura 5 – Bacia Hidrográfica dos Rios Taquari-Antas-RS. ....	66
Figura 6 - BR 285 – Araranguá (SC) e Vacaria (RS).....	67
Figura 7 – BR-101, início e término.....	68
Fonte: Ministério dos Transportes .....	68
Fonte: Ministério dos Transportes .....	68
Figura 9 - Ligação São José dos Ausentes (RS) a São Joaquim (SC). ....	69
Figura 10 - Ligação São José dos Ausentes (RS) a Bom Jardim da Serra (SC). ....	69
Figura 11 - Ligação S. José dos Ausentes (RS) a Porto Alegre (RS), via Bom Jesus .....	70
Figura 12 - Ligação S. J. dos Ausentes (RS) a Porto Alegre (RS), via Cambara do Sul .....	70
Figura 13 – Outdoor no trevo de acesso a sede do município SJA, BR-285 .....	72
Figura 14 – Indicação dos pontos turísticos e localidades, acesso a sede do município S. J. dos Ausentes, BR-285. ....	73
Figura 15 – Sede da Pousada Fazenda Potreirinhos, S. J. dos Ausentes-RS, 2020. .....	76
Figura 16 – Trajeto da sede do município até a sede da Pousada Fazenda Potreirinhos. ....	76
Figura 17 – Sede da Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues, S. J. dos Ausentes- RS .....	77

Figura 18 – Trajeto da cidade de S. J. Ausentes até a Pousada Faz. Cachoeirão dos Rodrigues .....	77
Figura 19 – Sede da Pousada Fazenda Monte Negro, S. J. dos Ausentes-RS .....	78
Figura 20 – Trajeto da cidade de S. J. dos Ausentes até a Pousada Fazenda Monte Negro .....	78
Figura 21 – Imagem da sede da Pousada Estância Tio Tonho.....	79
Figura 22 – Trajeto da sede do município até a sede da sede da Pousada Estância Tio Tonho .....	79
Figura 23 – Imagem da sede da Pousada Fazenda Aparados da Serra.....	80
Figura 24 – Trajeto da cidade de S. J. dos Ausentes a Pousada Fazenda Aparados da Serra.....	80
Figura 25 – Sede da Pousada Fazenda Morro da Cruzinha e Cruz Missioneira, SJA-RS, 2020. ....	81
Figura 26 - Imagem do Google Maps do trajeto da sede do município até a sede da sede da Pousada Fazenda Morro da Cruzinha. ....	81

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pesquisa sobre carne bovina, palavras-chave e categorias <i>Web of Science</i> <sup>®</sup> .....	31
Quadro 2 – Pesquisa sobre turismo, palavras-chave e categorias <i>Web of Science</i> <sup>®</sup> .....	32
Quadro 3 - Pesquisa sobre desenvolvimento, palavras-chave e categorias <i>Web of Science</i> <sup>®</sup> .....	33
Quadro 4 – Pesquisa palavras-chave e categorias <i>web of science</i> . ....	42
Quadro 5 – Pesquisa palavras-chave e categorias <i>web of Science</i> .....	43
Quadro 6 – Pesquisa palavras-chave e categorias <i>web of Science</i> .....	44
Quadro 8 - Dados demográficos CCS-RS.....	56
Quadro 9 - Utilização da terra nos CCS-RS.....	57
Quadro 10 - Área plantada ou destinada à colheita em Hectares e área dos municípios. .....	58
Quadro 11 - Dados do rebanho nos municípios dos CCS-RS.....	62
Quadro 12 - Utilização da terra em São José dos Ausentes-RS.....	66
Quadro 13 - Aeroportos e distância rodoviária de S.J. dos Ausentes-RS.....	71
Quadro 14 - Síntese das informações dos empreendimentos ..... observados na pesquisa. ....	82

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMUCSER	Associação dos Municípios dos Campos de Cima da Serra
APROCCIMA	Associação dos Produtores Rurais dos Campos de Cima da Serra
ATLASRS	Atlas Socioeconômico do Estado do Rio Grande do Sul
CCS	Campos de Cima da Serra
CONDESUS	Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos de Cima da Serra
COREDEs	Conselhos Regionais de Desenvolvimento
CTG	Centro Tradicionalista Gaúcho
DAS	Sistema de Defesa Agropecuária
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
EUA	Estados Unidos da América
GECOMD	Grupo de Pesquisa em Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDESE	Índice de Desenvolvimento Socioeconômico
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano dos Municípios
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MTUR	Ministério do Turismo
NESPRO	Núcleo de Estudos em Sistemas de Produção de Bovinos de Corte e Cadeia Produtiva
PIB	Produto Interno Bruto
PPGDS	Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico
RFP	Regiões Funcionais de Planejamento
RS	Rio Grande do Sul
SEAPDR	Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural
SEMA	Secretaria de Meio Ambiente e Infraestrutura
SIDRA	Sistema IBGE de Recuperação Automática
SJA	São José dos Ausentes
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UCS	Universidade de Caxias do Sul

UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense
VAB	Valor Adicionado Bruto
WTTC	World Travel & Tourism Council/ Conselho Mundial de Viagens e Turismo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1 PROBLEMA E QUESTÃO DE PESQUISA .....	16
1.2 OBJETIVOS .....	20
1.2.1 Objetivo Geral .....	20
1.2.2 Objetivos específicos.....	20
1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA .....	20
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	24
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>25</b>
2.1 DESENVOLVIMENTO LOCAL.....	25
2.2 MARKETING TERRITORIAL E TURISMO.....	27
2.2.1 Turismo gastronômico como aspecto do marketing territorial .....	29
2.3 CARNE BOVINA, TURISMO E DESENVOLVIMENTO: ESTADO DA ARTE DOS ELEMENTOS DA DISSERTAÇÃO.....	30
<b>3 MÉTODO</b> .....	<b>46</b>
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	46
3.1.1 Abordagem.....	46
3.1.2 Natureza.....	46
3.1.3 Objetivos .....	46
3.1.4 Procedimento .....	47
3.1.5 Coleta e Análise .....	48
3.1.6 Considerações sobre a técnica da Observação .....	50
3.1.6.1 Do Registro das Observações.....	50
3.2 DEFINIÇÃO DA AMOSTRA, RECORTE TEMPORAL E ESPACIAL .....	51
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>54</b>
4.1 DADOS SOCIOECONÔMICOS E DA ATIVIDADE DE BOVINOCULTURA NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA.....	54
4.1.1 Dados contemporâneos dos CSS e SJA.....	55
4.1.2 A bovinocultura de corte nos CCS .....	59
4.2 DESENVOLVIMENTO LOCAL: FATORES DA EXPLORAÇÃO DE VANTAGENS ESPECÍFICAS NA PRODUÇÃO DE CARNE E SERVIÇOS ASSOCIADOS NO ÂMBITO DO OBJETO DE ESTUDO .....	63
4.2.1 Aproveitamento de recursos naturais básicos .....	64

4.3 ESTABELECIMENTOS PRODUTORES DE CARNE BOVINA E OFERTA DE TURISMO RURAL EM SÃO JOSÉ DOS AUSENTES .....	74
4.3.1 Discussão acerca dos resultados e as propriedades que desenvolvem atividades ligadas ao consumo de carne bovina .....	82
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>86</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>89</b>
<b>APÊNDICE(S).....</b>	<b>99</b>
<b>APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) .....</b>	<b>100</b>
<b>SÃO JOSÉ DOS AUSENTES-RS, 2020.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXO(S).....</b>	<b>103</b>
<b>ANEXO A – MAPA DAS REGIÕES GEOGRÁFICAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, 2017. ....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO B - LOCALIZAÇÃO E COMPOSIÇÃO DOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS.....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXO C – REGIÕES TURÍSTICAS DO RIO GRANDE DO SUL (2 CAMPOS DE CIMA DA SERRA). ....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXO D – RAÇAS DE BOVINOS CRIADOS NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS .....</b>	<b>107</b>
<b>ANEXO E – REGISTROS FOTOGRÁFICOS .....</b>	<b>115</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A agricultura e a pecuária são atividades que propiciaram a fixação do homem em diversas regiões do globo e acompanharam o processo civilizatório. A agricultura possui diversos estudos acerca de sua importância, que remontam do período neolítico à idade contemporânea (LEV-YADUN, GOPHER e ABBO, 2000; MAZOYER e ROUDART, 2007; TAUGER, 2010).

A pecuária por sua vez, teve uma origem um pouco diferente, mas igualmente contribuiu na modelagem da paisagem humana (GIGUET-COVEX *et al.*, 2014). Considerada uma evolução da caça, foi se relevando polivalente para o processo civilizatório, haja vista que animais serviram (e servem) para finalidades bélicas, de transporte, agricultura, vestuário, indústria farmacêutica, alimentação humana e mesmo alimentação de outros animais (ZEUNER, 1963). Além disso, dentre as atividades pecuárias, há uma que se destaca, em especial no mundo ocidental, a bovinocultura de corte. Um dos exemplos mais marcantes que atestam tal destaque reside na contribuição histórica desta atividade na ocupação dos espaços meridionais da América do Sul, representados por Argentina, Uruguai e Brasil (PRIMO, 1993).

Na Região Sul do Brasil, a bovinocultura e o “produto” carne bovina estão ligados à matriz econômica de diversas regiões, mais marcadamente no estado do Rio Grande do Sul, desde as charqueadas do Sul, passando pela criação extensiva da Campanha e Fronteira Oeste, até as rotas tropeiras dos Campos de Cima da Serra (COSTA, 2011), *locus* do presente estudo.

Seguindo esta linha, Massuquetti e Ribas (2008, p.2), desenvolveram amplo estudo ratificando esta condição e asseverando que “A história do Rio Grande do Sul praticamente se confunde com a criação do gado de corte no estado que é detentor de um dos maiores rebanhos de bovinos do território nacional”.

Para além das questões da cadeia produtiva da carne, tal rebanho continua trazendo visibilidade econômica e identificação cultural para o Rio Grande do Sul, um estado que também se evidencia pela tradição no turismo rural sustentável (SCHNEIDER, 2000), além de experiências no âmbito do chamado “marketing territorial” (D’ALEXANDRIA, 2015).

Nesse cenário, para Valentini *et al.* (2017), um novo horizonte surge no campo. Trata-se das atividades não agrícolas, que vão acrescentar diversificação no

cotidiano dos produtores rurais, como por exemplo na produção de artesanato e oferta de serviços. Ou seja, as áreas rurais deixam de cumprir somente suas funções agroalimentares *one way* e passam a ser espaço de *feedback*, recepção de pessoas e integração social, cultural, ambiental, política, educacional e, até mesmo lúdica, por meio do turismo.

A atividade de turismo rural (que pode abarcar oferta de serviços de hospedagem e gastronomia) vem sendo empregada por produtores de gado de leite e corte há mais de três décadas. Neste período, estudos pioneiros como o de Gilbert (1989), demonstram que o turismo rural tem se tornado possível para as pequenas propriedades, podendo oferecer nova fonte de renda e diversificação para a economia local.

Contudo, esta configuração demanda que o tratamento que os gestores dispõem à propriedade rural passe a ser o de “organização rural”, fazendo o uso das funções administrativas e gerenciais para obterem melhores resultados na gestão do empreendimento. Torna-se necessário que o produtor rural seja um “gerente comercial”, aplique recursos, entenda sobre legislação, meio ambiente e tecnologia, uma vez que esse conjunto faz parte de uma boa gestão no campo (SCHWAB; BARTH; WINCK, 2019).

Para além das propriedades, há localidades que podem também se valer do chamado marketing territorial, aglutinando toda a informação existente acerca de uma região (RAINISTO, 2003). Este tipo de marketing, quando corretamente trabalhado, pode transformar uma região em um lugar atrativo tanto para visitantes quanto para investidores. Para tal, é necessário que sejam implementados planos estratégicos direcionados ao marketing territorial, procurando potencializar todos os recursos e capacidades de um lugar (SAKR; DALLABRIDA, 2015).

Nesta dissertação partiu-se do pressuposto de que nos Campos de Cima da Serra (CCS), essas experiências também seriam viáveis. Os requisitos e condições têm sido evidenciados em estudos pioneiros interdisciplinares, como o de Bebbler e Menasche (2015), que ao tratar do produto “queijo serrano”, abordam o turismo rural, alimentação, identidade e patrimônio nos CCS.

Neste sentido, a dissertação investigou as perspectivas de desenvolvimento local, por meio do marketing territorial e da bovinocultura, focando

na carne bovina como produto turístico incremental em propriedades rurais localizadas no município de São José dos Ausentes, CCS-RS.

### 1.1 PROBLEMA E QUESTÃO DE PESQUISA

No âmbito do agronegócio mundial, o Brasil conta com um sistema de produção competitivo, se destacando como um *global player* na produção de alimentos, fibras e energia, e contando com uma oferta de recursos humanos “barata”, com custos de produção reduzidos, tendo a cadeia da carne bovina grande relevância nessa sistemática (PAGANI *et al.*, 2018).

Contudo, a maior parte da produção de carne bovina brasileira “ainda é considerada uma *commodity*, direcionada para o mercado comum, como um produto minimamente padronizado e de baixo valor agregado” (BARCELLOS *et al.*, 2019, p.55). Cabe mencionar que o termo *commodity* é utilizado para caracterizar produtos com baixo valor agregado, mercadorias produzidas em larga escala, comercializadas em nível mundial com baixa especificação e sem marca diferenciada (BATALHA, 2007; KOTLER *et al.*, 2014).

Por esse motivo, se evidencia que a carne *in natura* do Brasil seja considerada uma *commodity* no mercado, pois as informações disponíveis são poucas ou inexistentes, não sendo percebidas pelo público quanto à qualidade do produto, deixando os consumidores carentes de uma informação que facilitaria a tomada de decisão de compra (HORTA *et al.*, 2010).

Mesmo com esse cenário, cabe mencionar que na última década houve avanços e desdobramentos favoráveis de mercado, dentre os quais o crescimento da demanda por carnes de qualidade e com procedência certificada. Pode-se somar a isso o surgimento de nichos de mercado para a carne bovina, os quais remuneram os atributos de qualidade deste produto, tais como maciez, coloração adequada, espessura de gordura e marmoreio (MACEDO JUNIOR, 1994; BARCELLOS; OAIGEN, 2014; BARCELLOS; OLIVEIRA; MARQUES, 2017).

Ademais, a qualidade da alimentação em geral é um dos atributos mais importantes para o consumidor e está ligada fortemente às propriedades sensoriais do mesmo (MCCARTHY *et al.*, 2017). Utilizado em vários países, a rastreabilidade dos alimentos vem possibilitando o controle total das etapas da cadeia produtiva,

deste o campo até a mesa do consumidor, estes controles permitem o monitoramento de qualquer agente que promova risco à saúde ou à integridade física do consumidor (RODRIGUES; NANTES, 2010).

Para muitos consumidores, a rastreabilidade não está apenas ligada a segurança alimentar, mas também à qualidade dos alimentos (VAN RIJSWIJK; FREWER, 2008). Ademais, a rastreabilidade tem sido empregada como forma de assegurar a origem dos produtos, e no segmento de carnes há três fundamentos que conduziram o desenvolvimento dos sistemas de rastreabilidade: o primeiro foi o controle de qualidade e segurança do alimento; o segundo, o gerenciamento de processos e aumento da receita; e o terceiro, a implantação do sistema como uma alternativa para alcançar novos mercados (BOSONA; GEBRESENBET, 2013; STORØY *et al.*, 2013).

Ao se voltar para o objeto de pesquisa deste estudo, estes novos mercados podem ser representados pelos grandes centros do Sudeste e Nordeste do Brasil, onde consumidores exigentes, têm cada vez mais buscado informações acerca da origem da tal “carne bovina gaúcha”. Não raro, são escutadas as perguntas “*De onde vem mesmo? Qual a raça desse gado? Como ele é criado? Quais os cortes mais adequados? Por que a carne é diferente, mais cara, melhor?*”. Estes são alguns questionamentos que, para além das informações de rastreabilidade, podem ser respondidos *in loco*, por meio de atividades turísticas com momentos de marketing de experiência em uma das propriedades de São José dos Ausentes, nos CSS.

Como mencionado na seção inicial, os CCS são uma tradicional região produtora de carne bovina do Rio Grande do Sul (RS). No RS, a bovinocultura ocupa 9.157.180 hectares de pastagens, 7.519.347 hectares de pastagens naturais e 1.637.833 de pastagem plantadas, conforme censo agropecuário de 2019. O efetivo de bovinos do estado é de 11.968.216 de cabeças, o que corresponde à 6,5% do rebanho total do Brasil (214.893.800 cabeças).

Por sua vez, segundo dados do Sistema de Defesa Agropecuária do RS (DAS-RS, 2021), na região dos Campos de Cima da Serra, o município de São José dos Ausentes conta com 1.227 produtores, que juntos possuem um rebanho total de 59.454 bovinos, correspondendo a 0,50% do rebanho total do estado.

Além do contingente bovino, o Rio Grande do Sul possui outro diferencial relevante, que está diretamente ligado ao padrão racial do plantel. Segundo Varella

(2017, p.8); “a boa adaptação das raças britânicas – tais como Hereford e Angus, assim como suas cruzas com zebuínos, Braford e Brangus – e a base de alimentação a pasto uniram-se em um enlace que deu origem a uma carne diferenciada”. Nesse sentido o RS tradicionalmente dispõe de um diferencial que ganhou aumento do interesse dos consumidores e dos produtores, qual seja o de carne bovina produzida a pasto.

Tal interesse tem levado a ampliações neste segmento (GILLESPIE *et al.*, 2016), uma vez que parte do rebanho bovino brasileiro é produzido de forma extensiva, o que pode representar uma oportunidade de utilização desse processo para diferenciação e consolidação da carne bovina produzida localmente (FERRAZ; FELÍCIO, 2010, LOBATO *et al.*, 2014).

Quanto ao método de produção sustentável, o tipo de alimentação animal pode agregar valor ao produto (GRUNERT *et al.*, 2014; GILLESPIE *et al.*, 2016). Estudos como o de Li *et al.* (2018), sugerem que os consumidores estão propensos a pagar mais por atributos como raça, origem, rastreabilidade, créditos de carbono e bem-estar animal.

Já nos CCS, cabe mencionar que há raças tradicionais que estão presentes desde a ocupação do território pelos tropeiros, tais como o Franqueiro e outras, que foram sendo inseridas ao longo do século XX, com o Charolês e o Devon. Contudo, neste século, as duas raças de bovinos de corte que têm ganhado a preferência entre os produtores são a Braford, cruzamento de Hereford com zebuíno, e a Brangus, cruzamento de Angus com zebuíno (ver Anexo D).

Segundo a Associação Brasileira de Hereford e Braford (2021) a raça Braford teve seu reconhecimento oficial em 2003. A raça surgiu na Florida (EUA) em 1960, chegando no Brasil em 1967 no Rio Grande do Sul. A cruza de Hereford com Zebu resultou em um animal adaptado aos mais diversos climas do Brasil, corpo vermelho e cara branca conhecido como padrão Mercosul, animal com rusticidade e alta resistência aos ectoparasitas, herdada do zebuíno.

Já do Hereford, herdou a habilidade materna, alta fertilidade, bom temperamento e a produção de carne de alta qualidade. Também são características do Braford, a precocidade, com bom perfil muscular, carcaça bem conformada e com alto rendimento.

Por conseguinte, a raça Brangus é o resultado do cruzamento do Angus e do Zebu, tendo início em 1912 na Louisiana, EUA. No Brasil os cruzamentos iniciaram na década de 1940. O Brangus apresenta pelagem preta ou vermelha, uma das heranças do Angus é a precocidade sexual e longevidade, com uma carcaça versátil, produzindo um bezerro gordo com excelente acabamento e marmoreio, animal de fácil adaptação, rusticidade, alta fertilidade e resistência a parasitas herdados do Zebu.

Haja vista estes diferenciais, algumas propriedades podem buscar projetar sua forma de produzir, incluindo a divulgação de um de seus principais produtos a uma de suas crescentes atividades, por meio do Marketing Territorial.

Kotier *et al.* (1999), conceituam este tipo de marketing (também conhecido por Marketing Estratégico de Lugares) como sendo o meio pelo qual as cidades/regiões passam a ser comparadas a um produto para fins de análise competitiva.

Essa análise do território tem o intuito de “posicioná-lo no mercado”, envolto de diferenciais. Para tal, é necessário que as cidades ou lugares desenvolvam uma imagem de referência e de aceitação, a fim de que se tornem atrativas perante os alvos pretendidos. Sendo assim o Marketing Territorial cria, fomenta, proporciona e dinamiza planejamentos voltados ao território e aos produtos e serviços oferecidos.

Neste contexto, sobressaem os recursos presentes nas localidades, surgindo novas oportunidades de projetar uma determinada região, por exemplo. Desta forma, ganha importância a capacidade da região em ser eficiente na exploração de seus recursos.

Partindo deste pressuposto, a proposta de pesquisa abarcou a potencialidade e relevância que a bovinocultura (incluindo-se aqui o diferencial das raças descritas) e o marketing territorial podem incutir no âmbito socioeconômico de um município dos CCS, propiciando um processo de desenvolvimento e oportunidades no setor do turismo rural, tendo a carne bovina como produto turístico incremental.

Diante destes aspectos, objetivando o propósito desta dissertação – desenvolvimento local, marketing territorial e bovinocultura, a carne como produto turístico nos Campos de Cima da Serra – buscou-se conhecer as condutas e práticas existentes nos principais empreendimentos rurais que exploram a atividade turística na região.

E por tudo isso, foram apresentados os questionamentos: *quais as características históricas e atuais da bovinocultura de corte nos Campos de Cima da Serra? E observando tais características, quais são perspectivas – alinhadas ao marketing territorial – para incremento do desenvolvimento local via turismo rural, em estabelecimentos produtores de carne bovina de São José dos Ausentes?*

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Descrever e analisar as ações e iniciativas de desenvolvimento que podem ser associadas ao marketing territorial e a bovinocultura de corte local, relacionando a carne como produto turístico incremental em propriedades localizadas nos Campos de Cima da Serra-RS.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Compilar dados socioeconômicos da atividade de bovinocultura nos Campos de Cima da Serra, bem como imagens do território, rebanho e propriedades;
- Levantar, do ponto de vista do desenvolvimento local, os fatores da exploração de vantagens específicas na produção de carne e serviços associados;
- Identificar os estabelecimentos produtores de carne bovina de São José dos Ausentes que desenvolvem o turismo rural;
- Observar as propriedades que desenvolvem atividades turísticas ligadas ao consumo de carne bovina *in loco*.

## 1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

Para Waquil *et al.* (2016), é possível criar, a partir do local, estratégias de mudança de realidade em que a determinação das opções e o controle são locais, assim se restabelece o papel do lugar como referência, desta forma o local e suas peculiaridades são reafirmados como a medida para o desenvolvimento local. Ao mesmo tempo, dão vida a lugares e regiões dentro de estados, os quais passam a figurar como novas opções desenvolvimento.

A Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei do Turismo), estabelece que a Política Nacional de Turismo deverá se orientar pelos princípios da regionalização e do desenvolvimento econômico-social, justo e sustentável, entre outros.

Desta forma, o estudo abordou as contradições e correlações das perspectivas do desenvolvimento local, pela ótica do marketing territorial, do turismo rural e gastronômico e da bovinocultura de corte. O trabalho se justifica, pois atenta as compreensões do desenvolvimento, tendo o território e seus recursos como origem da discussão. Diante disso, buscou-se relacionar a carne bovina como produto turístico.

Isto porque o turismo é uma das atividades que mais crescem e produzem impacto social e econômico com geração de emprego e renda. De acordo com o Relatório de Impacto Econômico do Turismo no Brasil (2018), do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), o turismo (nacional e internacional) no país contribuiu diretamente para 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (US\$ 59,6 bilhões) em 2017, e para 2,6% do total de empregos (2,3 milhões de postos de trabalho) no mesmo ano, representando 6,1% dos investimentos realizados no país (US\$ 19,7 bilhões) (EMBRATUR, 2019).

O Rio Grande do Sul, em função de sua formação histórica, da diversidade de paisagens e de culturas e de sua localização estratégica em relação aos países do MERCOSUL, se coloca como receptor de um grande número de turistas, especialmente do Cone do Sul. Em 2017 o estado recebeu 1.270.618 turistas internacionais, conforme dados do MTUR (2017), o que representou 19,3% das chegadas destes turistas no país, ocupando a 3ª posição entre todas as unidades da federação.

Em termos econômicos, de acordo com estudo realizado em 2013, as contribuições econômicas das Atividades Características do Turismo no Estado representavam 4% do VAB do setor de serviços no estado e 2,6% do VAB total da economia gaúcha (ATLAS, 2020).

O plano do desenvolvimento do turismo rural no Estado do Rio Grande do Sul é efetivado com a promulgação da Lei Estadual nº 12.845, de 26 de novembro de 2007, quando se instituiu a Política Estadual de Fomento ao Turismo Rural.

Esta política orienta-se pelos conceitos da valorização da atividade no âmbito rural, bem como do patrimônio natural do Estado, no esforço de combate ao êxodo rural, agregando renda e permitindo a diversificação dos negócios da propriedade rural, preservando características do ambiente, incluindo-se a paisagem, as atividades produtivas e preservação da cultura local. A perpetuação dos hábitos e costumes, proporcionando ao turista a possibilidade de vivenciar, através do atendimento familiar, a vida campeira.

Todavia, em que pese os dados positivos do turismo no RS, uma pesquisa preliminar realizada para este estudo MTUR (2019), apontou que a região do CCS não desponta como um destaque, inclusive em termos de turismo rural. Isto se deve ao fato de que a maioria das propriedades onde são desenvolvidas atividades turísticas (incluindo-se algumas que foram foco da análise de observação), não tem registro ou como atividade primordial o turismo.

Segundo o relatório, na cidade de São José dos Ausentes, somente 04 estabelecimentos estão cadastrados na região turística dos CCS, e contam com classificação “D”, em uma escala que vai de “A” (representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico, maior número de estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos no setor de hospedagem) a “E”, sem informações dos estabelecimentos.

De acordo Beni (2006), os atrativos são o elemento relevante para a oferta turística, já que por meio destes há a definição da alternativa, por parte do turista, do lugar de destino da viagem. A oferta turística pode ser entendida por um conjunto de atrativos turísticos, como bens e serviços, que provavelmente induz as pessoas a visitarem uma determinada região.

Os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados, que quando somados aos elementos característicos da oferta turística de uma dada região, serão capazes de estruturar a cadeia produtiva turística desta mesma localidade, gerando assim um “cluster turístico”.

Dessa forma, as características dos atrativos turísticos, a qualidade das atividades e experiências oferecidas, a gestão, promoção e comercialização dos produtos e do empreendimento são determinantes para o desenvolvimento e nível de competitividade do destino. Herrera, Herranz e Arilla (2012), por sua vez, destacam

às experiências culturais e de aprendizagem vivenciadas por meio das práticas alimentares e dos inúmeros atrativos que podem ser desenvolvidos no turismo gastronômico, desenvolvidos a partir de azeites, queijos, carnes, peixes, trufas, frutas específicas e chocolate, dentre outras possibilidades.

O turismo gastronômico (*food tourism*) segundo Hall e Sharples (2004), dá ênfase às viagens experienciais para regiões gastronômicas com fins de lazer, incluindo visitas a produtores de alimentos, festivais e feiras gastronômicas, feiras de agricultores ou qualquer atividade de turismo relacionada à alimentação. O interesse por estas viagens está ligado à descoberta de diferentes culturas e de conhecimentos associados aos produtos turísticos e especialidades culinárias locais.

Somado a isso, há uma diversidade de experiências que têm sido aprimoradas no Brasil, incentivando a pluriatividade no campo, ou seja, o exercício de atividade agrícolas e não-agrícolas, (re)incluindo alguns agricultores que exerciam outras atividades fora do seu estabelecimento rural (SALES; WATANABE; GIANEZINI, 2015).

Nesse sentido, para gerar experiências surpreendentes aos turistas e atribuir mais competitividade aos destinos, os produtos turísticos devem ser cada vez mais atrativos, destacando-se não só pela qualidade de sua infraestrutura, seus equipamentos e serviços, mas, principalmente, por sua capacidade de inovação e criatividade.

Assim, é necessário formatar e ou incrementar os atrativos dos destinos, gerando produtos que retratem, as experiências culturais e naturais dos CCS.

Por fim, é de praxe destacar ainda a relevância da pesquisa no meio acadêmico. Sabe-se que existem estudos no CCS sobre zootecnia, agronomia e medicina veterinária (WUNSCH, *et al.* 2006), sistemas agrários (AMBROSINI; DE ANDRADE; FILIPPI, 2012) e climatologia (PEREIRA; FONTANA; BERGAMASCHI, 2009). Estes estudos, são complementados por trabalhos sobre desenvolvimento rural (KRONE, 2009; CRUZ, 2012), agronegócio (MALAFAIA, *et al.* 2010), turismo rural (ORCI, 2014; VALENTINI, 2015), atividades agrícolas (BIZOTTO, 2014; CARVALHO, 2019), marketing territorial (WURD, 2017) e bovinocultura de corte (BERTELLI, 2018), mas acredita-se que a atualidade, amostragem e forma de coleta por observação podem conferir originalidade ao presente estudo.

Trata-se, pois, de pesquisa filiada à linha de Trabalho e Organizações, do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS) da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), que teve o intento de compreender o fenômeno estudado por meio de uma abordagem interdisciplinar, com apoio do Grupo de pesquisa em Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD).

#### 1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação foi organizada em cinco capítulos. O primeiro, introdutório traz a contextualização, problemática e questão de pesquisa, objetivos, justificativa e estrutura da dissertação.

No segundo capítulo, é apresentada a fundamentação teórica e referencial bibliográfico interdisciplinar. Buscou-se a caracterização para o objeto, a partir dos conceitos de desenvolvimento local, marketing territorial, turismo rural e gastronômico e a bovinocultura de corte na região.

Os procedimentos metodológicos constam no terceiro. O enquadramento do estudo, classificação, abordagem, amostra, recorte temporal e espacial, categorias, além de um plano de coleta e análise dos dados, com destaque para a pesquisa e observação *in loco*.

O capítulo quatro abarcou os resultados e discussões acerca do objeto pesquisado. São apresentadas as características das propriedades rurais produtores de carne bovina que trabalham com turismo rural. Também foram descritas as observações das características, por meio de amostra representativa, obtida em contato com agentes sociais locais bem como os resultados observados.

Por fim, nas considerações finais, pretendeu-se retomar os objetivos e os questionamentos, cujas repostas auxiliaram na construção de uma percepção e caracterização das experiências observadas, bem como as limitações e a indicação de possibilidades para novas pesquisas derivadas do objeto estudado.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nas seções a seguir estão contidos os resultados teóricos da revisão bibliográfica, acerca do desenvolvimento local, marketing territorial e turismo com a apresentação dos conceitos-chave e autores de estudos relevantes para a temática, além de referencial sobre do objeto de estudo.

### 2.1 DESENVOLVIMENTO LOCAL

Determinar as causas do desenvolvimento de um local é tarefa por demais complexa, isto é, determinar por que surge a atividade econômica impulsionadora do crescimento econômico de um local, pressupondo que o crescimento, embora não necessariamente suficiente, é condição necessária para o desenvolvimento (SACHS, 2000).

Segundo Barquero (1988) o desenvolvimento econômico local pode ser definido como um processo de crescimento e mudança estrutural que, por meio do uso do potencial de desenvolvimento existente no território, leva à melhoria do bem-estar da população de uma localidade ou região. Quando a comunidade local é capaz de liderar o processo de mudança estrutural, a forma de desenvolvimento pode ser acordada como desenvolvimento local endógeno.

Benko (2016) afirma que a crescente internacionalização da atividade econômica e a redefinição das funções clássicas do Estado modificam as escalas territoriais, fortalecendo os níveis de ação locais e regionais, elegendo as regiões e lugares como fontes de vantagens concorrenciais e os atores locais como determinantes da competitividade das atividades econômicas. Esta nova paisagem econômica forma um mosaico de regiões.

Desse modo, “o território é um agente de transformação e não mero suporte dos recursos e das atividades econômicas, uma vez que há interação entre as empresas e os demais atores, que se organizam para desenvolver a economia e a sociedade” (BARQUERO, 2001, p. 39). O território passa a exercer o papel principal na geração do desenvolvimento, deixando de ser tão somente o local onde ocorrem as atividades econômicas. Assim, pode-se dizer que o local (a cidade, a região), a partir da década de 1980, vai emergindo como o novo protagonista do

desenvolvimento, o que levou Pires, Müller e Verdi (2006) a afirmarem que o desenvolvimento territorial local se constitui no paradigma mais recente do desenvolvimento.

A resposta local aos desafios globais é implementada por intermédio de um conjunto de ações de natureza muito diversa, segundo os autores Coccossis, Janssen, Kiers (1991); Albuquerque (1997b) e Vázquez-Barquero (1996), essas ações visam: melhorar a infraestrutura (*hardware*), preencher as lacunas e melhorar os fatores imateriais do desenvolvimento (*software*), fortalecer a capacidade organizacional do território (*orgware*), dar suporte financeiro a ser utilizados no desenvolvimento local (*finware*), e organizar o uso adequado dos recursos naturais existentes (*ecoware*).

Vitte (2006) alega que o desenvolvimento econômico local pode ser determinado por um composto de recursos, procedimentos, que desta forma o desenvolvimento local assume variadas dimensões e significados, com a implementação de diversas políticas como as de economia solidária, dos arranjos produtivos locais, dos sistemas locais de inovação, do desenvolvimento local integrado e sustentável, dentre outras, ora sendo visto como uma nova política social, ora como um novo paradigma econômico.

Jara (1997) defende, ao longo de seu artigo, o que chama de desenvolvimento local sustentável, o qual se baseia em quatro premissas básicas: a sustentabilidade como imperativo ético, o desenvolvimento sustentável como alternativa ao tradicional, o desenvolvimento endógeno e a valorização da justiça e da solidariedade.

Para Cabugueira (2000), a estratégia de desenvolvimento local pressupõe que as ações baseadas nas condições de cada localidade e região e que tratam de utilizar eficientemente as potencialidades de desenvolvimento devem ser combinadas com as políticas setoriais e regionais que propiciam as administrações centrais com o fim de fornecer a reestruturação produtiva e a mudança estrutural da economia.

Por fim, cabe mencionar os fatores da exploração de vantagens específicas na produção de bens e serviços propostos por Harvey (1996), que serviram de base para a análise pós observação nesta pesquisa. O autor, elenca possibilidades para a exploração de vantagens específicas no âmbito do desenvolvimento local, organizando-as em três grandes categorias: aproveitamento de recursos naturais

básicos; localização; e vantagens criadas por investimentos (públicos ou privados). A operacionalização e desdobramentos estão contidos no capítulo de método.

Considerando que o referencial acerca do desenvolvimento local traz consigo uma preocupação com a reestruturação produtiva e a mudança estrutural da economia, foi pertinente complementar a revisão de literatura com o conceito de desenvolvimento local e marketing territorial, constante na seção a seguir.

## 2.2 MARKETING TERRITORIAL E TURISMO

Uma das principais dificuldades para os empreendedores rurais que agreguem em suas atividades o turismo, é criar um atrativo que os diferencie dos demais, a fim de ampliar as possibilidades de sobrevivência deste tipo de empreendimento. Esta situação privilegiada de atuação, na visão dos especialistas em marketing Hooley, Saunders e Piercy (2001), pode ser construída à medida que o empreendedor busca segmentar os mercados até o ponto da definição das estratégias de nicho de mercado, ou a concentração em um setor do mercado total.

Mais do que isso, esses autores afirmam que as estratégias de nicho são bastante adequadas para situações nas quais existam, dentro do mercado total, oportunidades definidas e rentáveis, porém mal atendidas e onde o empreendedor rural dispõe de uma vantagem diferencial real para atender ou criar essa vantagem.

A criação de tal vantagem ou atrativo (produtos tradicionais, indicações geográficas, produtos ecológicos, entre outros) é considerada como componente estimulante de processos de mudança e de diversificação da matriz produtiva. Segundo Dos Anjos, Da Silva e Caldas (2020), estes atrativos são sinais distintos de mercado. Os autores abordam duas regiões do RS, com as experiências “indicações geográficas da carne do Pampa da Campanha Meridional” (que não consegue alavancar por falta de cooperação dos envolvidos) e “vinhos do Vale dos Vinhedos” (que se tornou o melhor exemplo nacional de cooperação, conseguindo agregar diversos setores).

Neste mesmo sentido, Hernandez (2018), afirma que a promoção de um determinado destino por meio da sua gastronomia se faz apresentando suas qualidades únicas. Não devem ter somente características próprias, mas também singularidade suficiente para atrair o turista gastronômico. O autor apresenta em seu

trabalho os produtos com denominação de origem e as indicações geográficas na Comunidade Autónoma de Andaluzia e Espanha, desde vinhos, passando por azeites, queijos e finalizando com a sidra, perfazendo um total de 339 produtos. O autor conclui quanto às denominações de origem e indicações geográficas e às rotas gastronómicas, que a gastronomia potencializa o turismo na Andaluzia.

A globalização e a crescente concorrência entre os territórios, sejam cidades ou países, fazem com que as cidades enfrentem novos desafios. Os territórios desde sempre foram vivenciando a necessidade de se diferenciarem uns dos outros, de afirmarem a sua singularidade e de distinguirem as suas características (GOMES, 2015).

Marketing territorial, marketing público, marketing de cidades, marketing de lugares e marketing urbano são várias designações usualmente utilizadas para se referir a aplicação dos princípios e das técnicas de marketing a países, regiões e cidades (GOMES, 2012). Apesar das diferenças de terminologia, todos estes conceitos parecem, no fundo, servir o mesmo propósito: nomear a aplicação desta área de estudos e de trabalho à realidade muito particular dos territórios.

Para Sousa e Vasconcelos (2018) o marketing territorial tem a função principal de operar a gestão estratégica do território, tendo em vista o desenvolvimento da região em vários níveis. Por outro lado, um produto que não possua uma marca relacionada a ele é um produto sem identidade, sem imagem, que apenas provoca um pequeno, ou quase inexistente, impacto no consumidor, os autores salientam ainda que, a gestão da marca territorial proporciona diversas vantagens, do desenvolvimento sustentável de um destino turístico ao estímulo das exportações, e atraindo mais turismo e investimento.

Kotler e Gertner (2002) defendem que o desenvolvimento dos territórios tem mais relevância, devendo ser priorizada a promoção da capacidade local. Os autores argumentam que o marketing territorial não se limita apenas à venda da imagem de um determinado lugar, mas principalmente à satisfação do público-alvo, qualificando e valorizando os recursos desse território.

Privitera *et al.* (2018), salienta que as regiões, o local, precisam se apoiar em outros recursos para construir uma identidade de destino, uma marca, que atraia turistas e, que produza benefício tanto aos anfitriões quanto aos hóspedes. Em essência, comida local pode ser usada para diferenciação, como marca, como

identidade no contexto das atividades de marketing e como elemento fundamental no processo de desenvolvimento sustentável do turismo (SIMS, 2009).

Para Privitera *et al.* (2018), a comida local fornece uma porta de entrada aos turistas para o patrimônio intangível de um destino, isso diz respeito, especialmente aos turistas que desejam obter um conhecimento profundo da culinária local e da cultura de um destino e que percebem na localidade alimentar um ingrediente bem-vindo em suas experiências de férias. O autor afirma que o turismo experiencial é aquele em que se aprende, aprecia e/ou consome alimentos e bebidas que retratem a culinária local, regional ou nacional, patrimônio, cultura, tradição ou técnicas culinárias.

Segundo Rainisto (2003), as práticas de marketing territorial bem-sucedidas aumentam a atratividade e o valor de um espaço. Para Gaio e Gouveia (2007), o marketing territorial é utilizado para gestão e promoção dos lugares com o objetivo de aumentar a atratividade, sendo que as estratégias utilizadas pelos lugares para posicionar e comunicar os seus atributos podem apresentar-se como um instrumento precioso a estratégia territorial.

### **2.2.1 Turismo gastronômico como aspecto do marketing territorial**

Um objeto de estudo do marketing territorial e promoção do desenvolvimento socioeconômico de uma determinada região, pode abordar aspectos como turismo religioso, atrativos naturais, atrativos históricos e culturais, turismo de negócios, produção de bebidas; e gastronomia (SEXTO *et al.*, 2001).

Sendo assim, no âmbito destes aspectos, observando o objeto de estudo desta dissertação – desenvolvimento local e marketing territorial, com a exploração incremental da carne bovina como produto turístico nos CCS – foi considerado como predominantemente o aspecto da gastronomia.

O turismo gastronômico é muito difundido e estudado sob vários aspectos. Robinson e Novelli (2005), o percebem como um nicho do segmento da indústria do turismo, definindo-o como o desejo de viajar para comer algo de uma região, tornando a comida o principal motivador.

Tal motivação, por sua vez, também é amplamente apresentada e discutida em estudos como: Boniface (2017), no qual a autora enxerga este fenômeno por uma

“lente” cultural; Fields (2003), em que o autor mostra que a criação de experiências vendáveis também se torna parte da arte de desenvolver destinos turísticos; e Privitera, Nedelcu e Nicula (2018), reiteram que as motivações que levam as pessoas a viajar em busca de novas experiências gastronômicas é algo crescente e que deve ser levado em consideração.

Robinson e Novelli (2005) apresentam também a definição de dois tipos de atividades turísticas: turismo de nicho e turismo de massa. O turismo de nicho seriam variações do turismo, que por sua vez estariam subdivididas em macro nichos e micro nichos. Os autores apresentam macro nichos como os grandes segmentos do mercado (ex.: turismo rural, turismo urbano) e os micro nichos como subdivisão destes segmentos, sendo atividades praticadas por grupos em particular. Sendo assim o turismo gastronômico seria então um micro nicho do macro nicho turismo rural (ROBINSON; NOVELLI, 2005).

Isto posto, a seção a seguir foi elaborada com o intuito de apresentar, a partir de uma visão interdisciplinar, o estado da arte dos principais temas que compõe o estudo.

### 2.3 CARNE BOVINA, TURISMO E DESENVOLVIMENTO: ESTADO DA ARTE DOS ELEMENTOS DA DISSERTAÇÃO

Considerando os três principais elementos componentes do objeto de estudo da dissertação – a carne bovina, o turismo e o desenvolvimento – foram criados os grupos de palavras para pesquisa. Foram utilizados os termos em inglês pois estão presentes nas bases de dados com maior alcance, sendo a pesquisa realizada entre os dias 24/03/2021 e 27/03/2021, utilizou-se a base de dados bibliográficos internacional *Web of Science*<sup>®</sup>, se optou como filtro somente artigos acadêmicos compreendendo todo o período de publicações da base de dados, ou seja, de 1945 a março de 2021.

Para o primeiro objeto de estudo, a carne bovina como produto, como criação e o método de criação, foram selecionadas as palavras *traceability*, *quality*, *beef*, *premium*, *specialized breeds*, *beef cattle*, *native pasture* e *grass feed*. O resultado foi de 2.787.248 publicações. Na sequência foi utilizado como filtro as

categorias *food science technology or agriculture multidisciplinary or agriculture dairy animal science*, onde o resultado obtido foi de 217.755 publicações.

Em relação aos termos pesquisados, as expressões *traceability* contou com um total de 15.355 publicações, sendo a primeira publicação em 1968, a expressão *beef* contou com 68.346 publicações e a primeira publicação ocorreu em 1945, o termo *premium* contou com 23.944 publicações tendo a primeira publicação também em 1945, a expressão *specialized breeds* neste grupo de pesquisa somente com 38 publicações, a primeira publicação foi em 1995. Já o termo *beef cattle* teve 17.320 artigos, as primeiras publicações ocorreram em 1945, e o último termo de pesquisa desde grupo *native pasture e grass feed* possuiu 671 artigos, com a primeira publicação em 1958.

Para uma melhor compreensão e análise dos dados o termo *quality*, por ser muito amplo, não foi considerado como palavra-chave para pesquisa de forma isolada. A quantidade de publicações foi 2.661.574; e por ser um termo muito abrangente optou-se por descartá-lo.

Quadro 1 – Pesquisa sobre carne bovina, palavras-chave e categorias *Web of Science*<sup>®</sup>

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Traceability"	15.355	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	2.112	1968	2021
"Quality"	2.661.574	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	161.798	1945	2021
"Beef"	68.346	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	41.038	1945	2021
"Premium"	23.944	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	1.225	1945	2021
"Specialized breeds"	38	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	25	1995	2020
"Beef cattle"	17.320	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	11.138	1945	2021

"Native pasture" OR "grass feed"	671	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	419	1958	2021
	2.787.248		217.755		

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Com relação ao segundo objeto de estudo, o turismo, considerando-o como atividade ou empreendimentos turísticos, foram selecionados os termos para busca: *territorial marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e touristc behavior.*

Quadro 2 – Pesquisa sobre turismo, palavras-chave e categorias *Web of Science*<sup>®</sup>

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Territorial marketing"	106	AGRONOMY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	3	1991	2020
"Value added"	29.085	AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRONOMY	2.348	1957	2021
"Tourism"	76.713	AGRONOMY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	701	1956	2021
"Experiencing tourism"	7	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM	6	1998	2020
"Food tourism"	309	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	225	2006	2021
"Rural tourism"	2.207	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRONOMY	862	1988	2021
"Tourist behavior"	390	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	227	1981	2021
	108.817		4.372		

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Foram localizadas 108.817 publicações. Na sequência, utilizou-se as categorias *hospitality leisure sport tourism or agriculture dairy animal science or agriculture multidisciplinary or food science technology or agronomy*, com aplicação do filtro de categorias o resultado foi de 4.372 publicações.

Por fim, no tocante ao terceiro objeto de estudo, o desenvolvimento, seja ele de lugar, local ou territorial, foram separadas as expressões ou termos de busca, *local identity*, *local development* e *territorial development*, o total de publicações foram de 6.570.

Após a aplicação das categorias *hospitality leisure sport tourism* or *agriculture dairy animal science* or *agriculture multidisciplinary* or *food science technology* obteve-se 463 publicações.

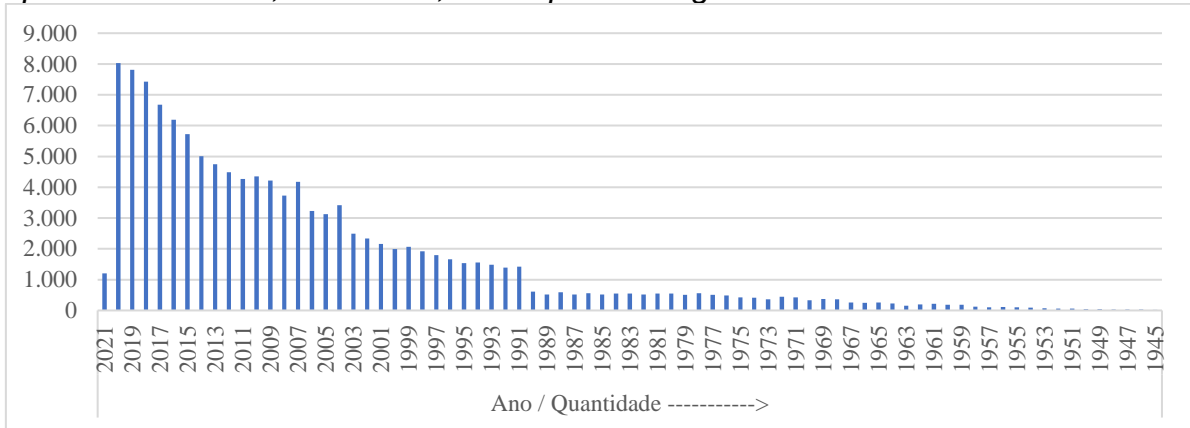
Quadro 3 - Pesquisa sobre desenvolvimento, palavras-chave e categorias *Web of Science*<sup>®</sup>

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Local identity"	1.080	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	77	1983	2021
"Local development"	4.230	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	299	1966	2021
"Territorial development"	1.260	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	87	1965	2021
	6.570		463		

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

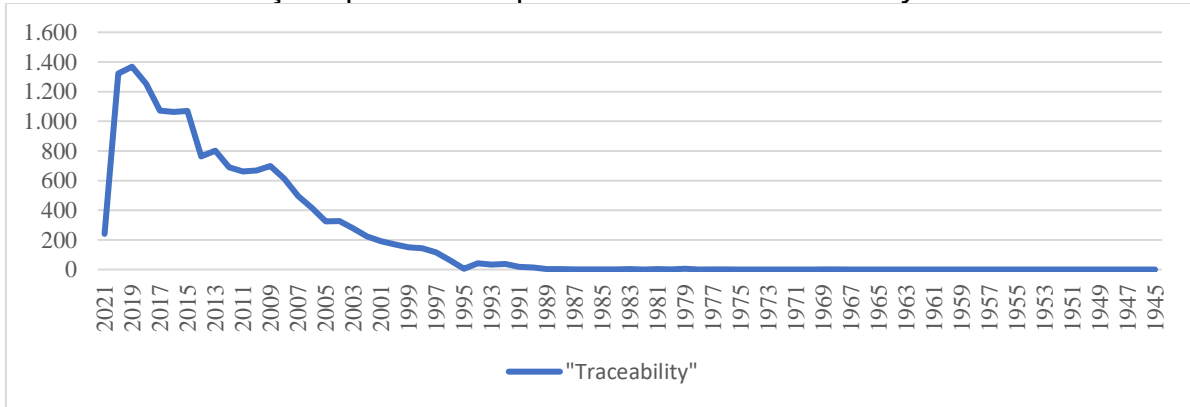
No que diz respeito às publicações do grupo carne bovina, constata-se que as primeiras publicações (*traceability*, *beef*, *premium*, *specialized breeds*, *beef cattle*, *native pasture* e *grass feed*) ocorreram em 1945 (23 artigos), tendo em 2020 o maior número de publicações (8.029 artigos), já em 2021 foram encontradas 1.200 publicações. Foram utilizados como filtro as categorias: *food science technology*, *agriculture multidisciplinar* e *agriculture dairy animal science*, foram desconsiderados os artigos repetidos e os que não tinham aderência com o tema de pesquisa.

Gráfico 1 – Publicações por ano Grupo Carne Bovina *traceability, beef, premium, specialized breeds, beef cattle, native pasture e grass feed*.



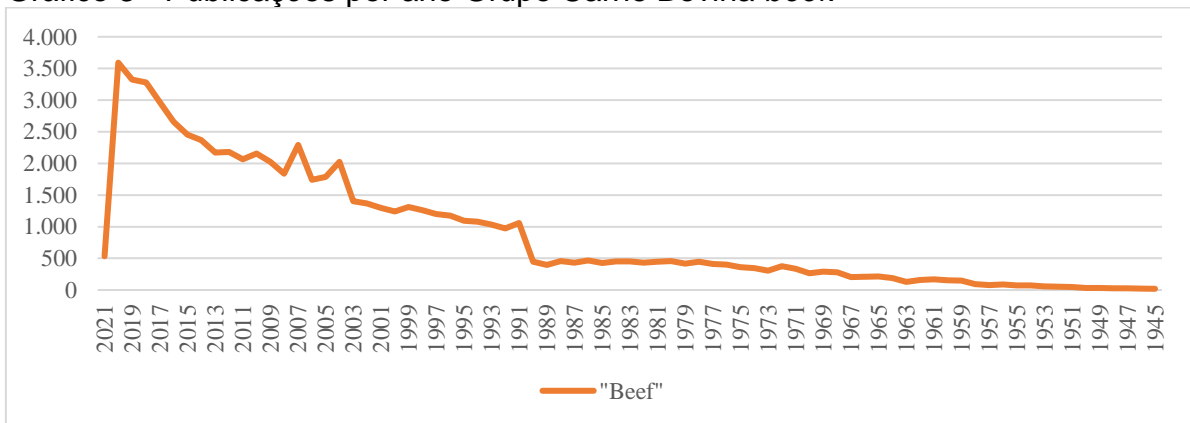
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 2 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *traceability*.

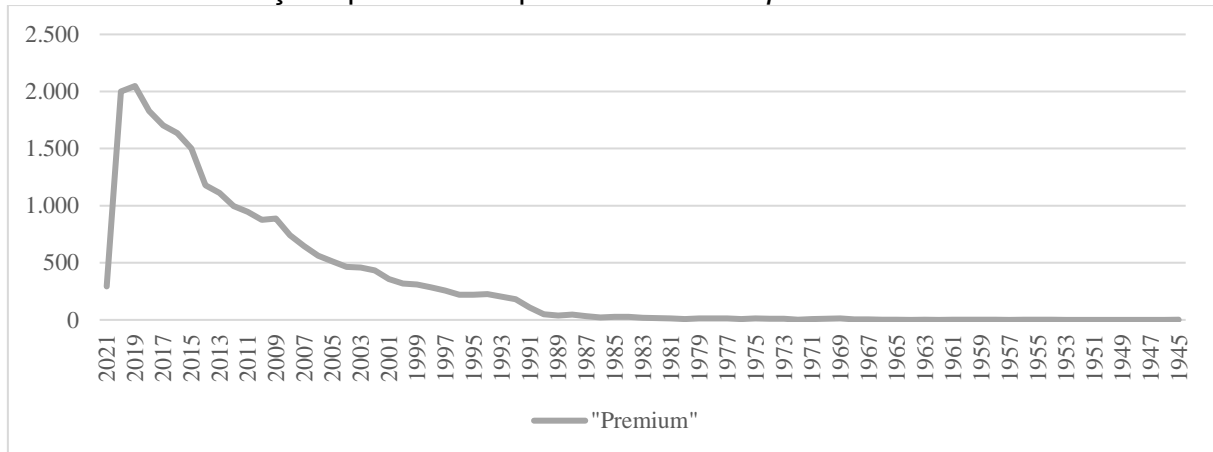


Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

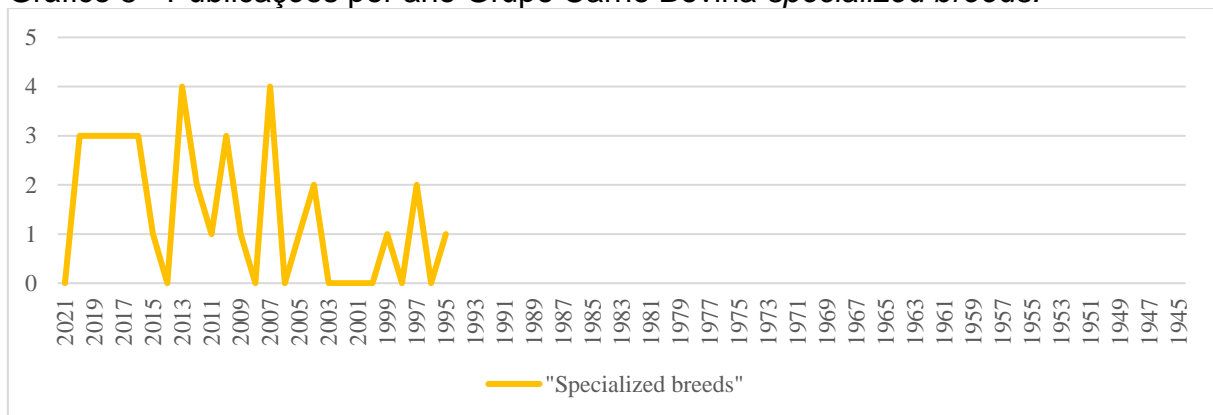
Gráfico 3 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *beef*.



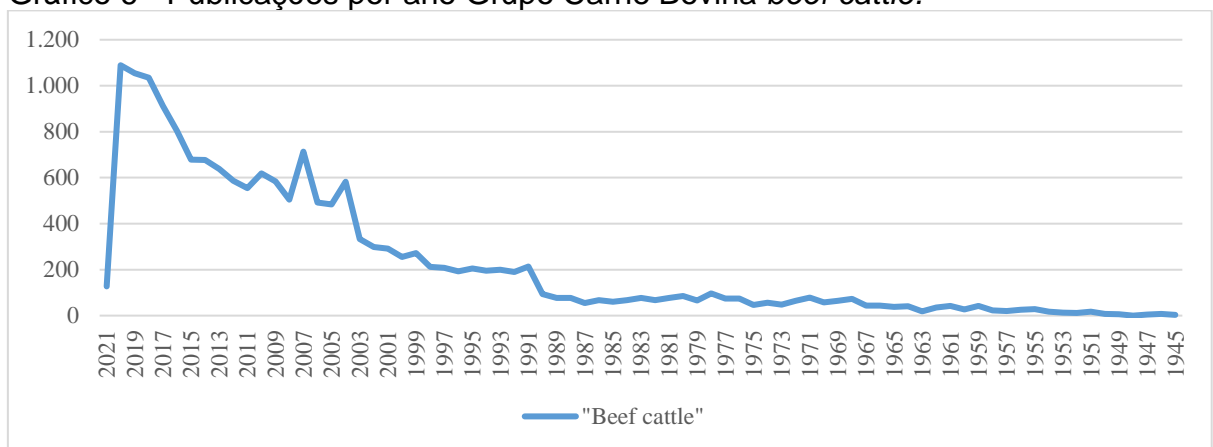
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 4 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *premium*.

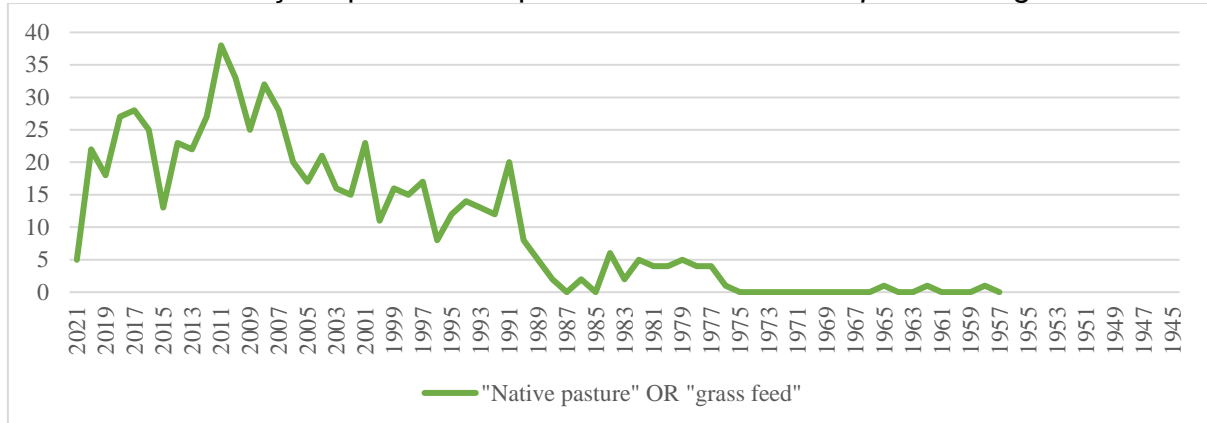
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 5 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *specialized breeds*.

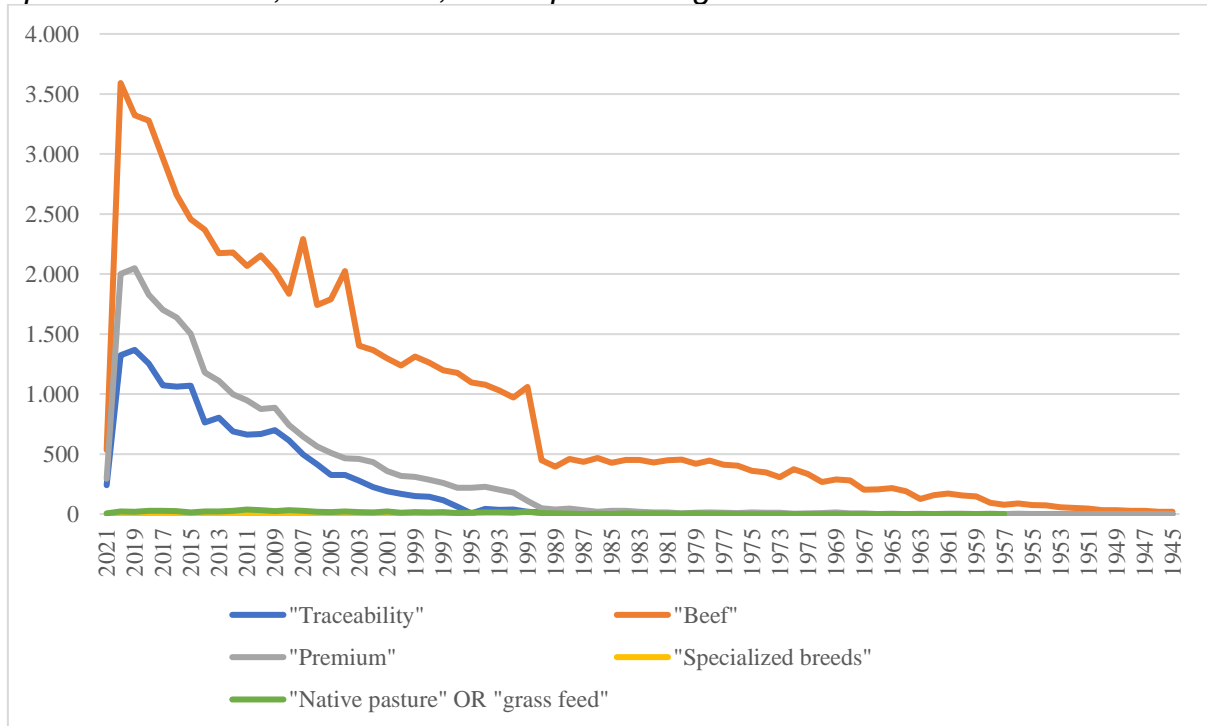
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 6 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *beef cattle*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 7 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *native pasture or grass feed*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

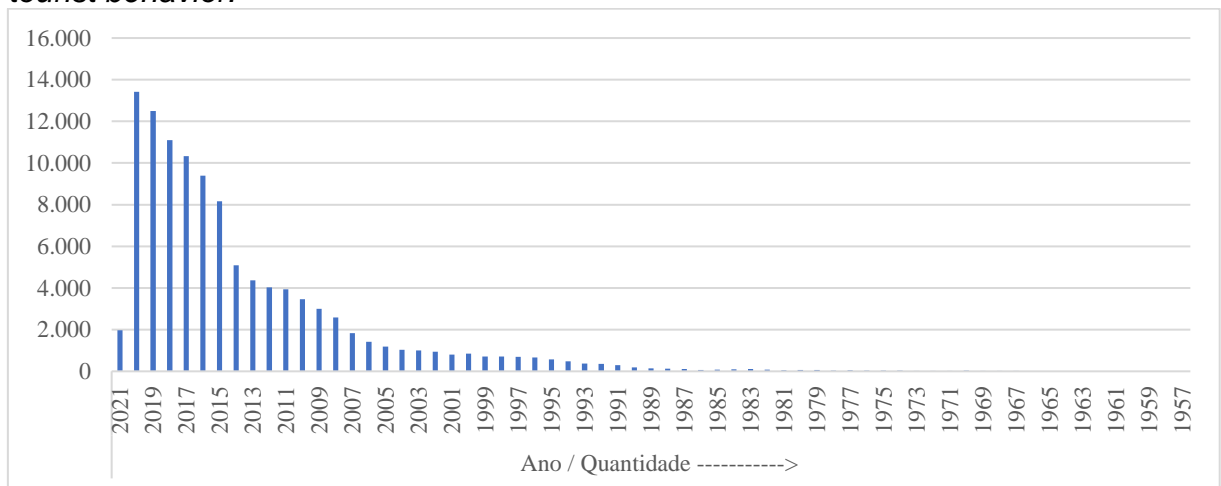
Gráfico 8 - Publicações por ano Grupo Carne Bovina *traceability, beef, premium, specialized breeds, beef cattle, native pasture e grass feed*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Em relação às publicações do **grupo turismo**, (*territorial marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e tourist behavior e tourist behavior*) o primeiro artigo a ser publicado ocorreu em 1956, em 2020 foram 13.426 publicações, ano com o maior número de publicações, em 2021 (27/03) já foram publicados 1.975 artigos.

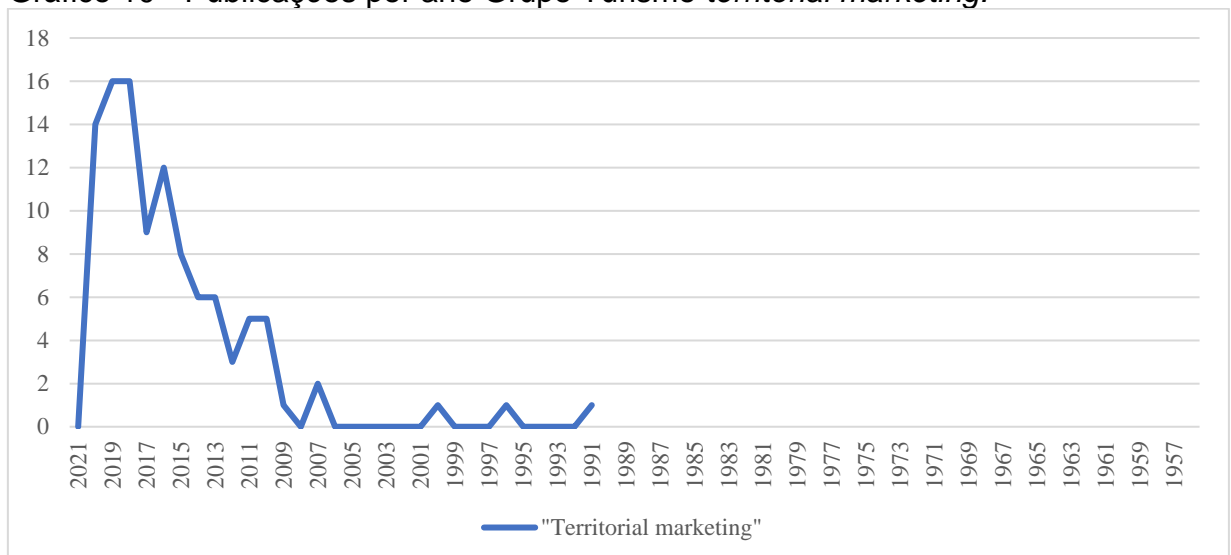
Foram utilizados como filtro as categorias: *agronomy, food science technology, agriculture multidisciplinar, hospitality leisure sport tourism e agriculture dairy animal science*, foram descartados os artigos repetidos e os que não tinham aderência com o tema de pesquisa.

Gráfico 9 - Publicações por ano Grupo Turismo *territorial marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e touristc behavior e tourist behavior*.



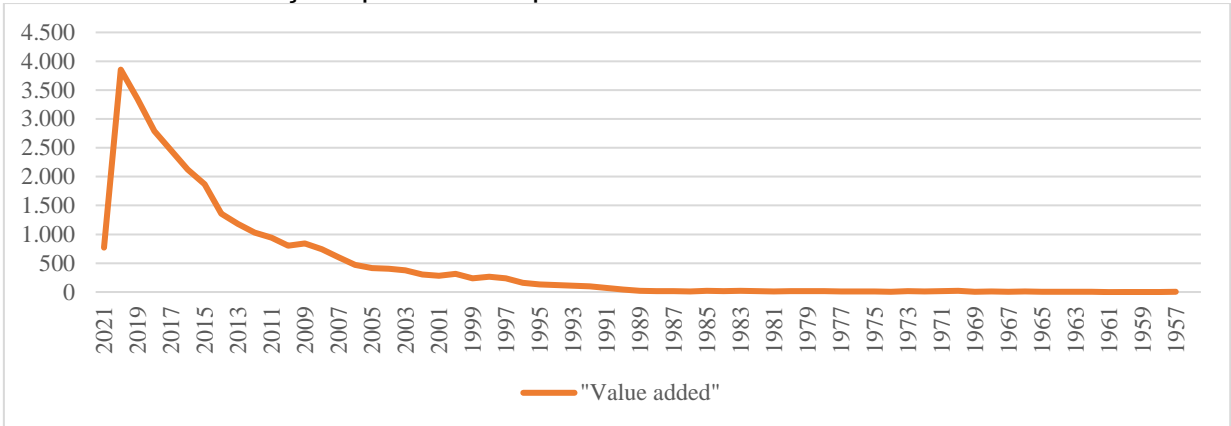
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 10 - Publicações por ano Grupo Turismo *territorial marketing*.



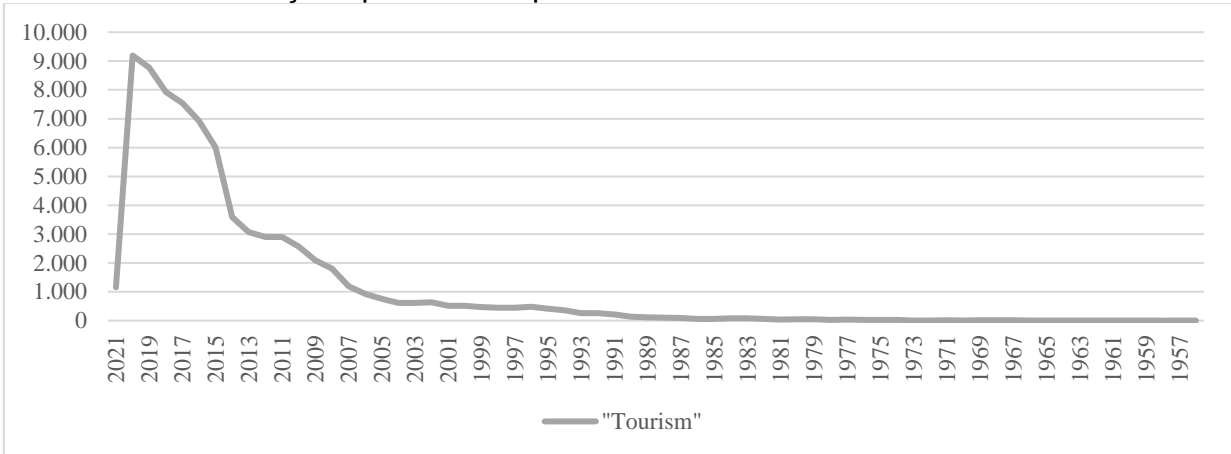
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 11 - Publicações por ano Grupo Turismo *value added*.



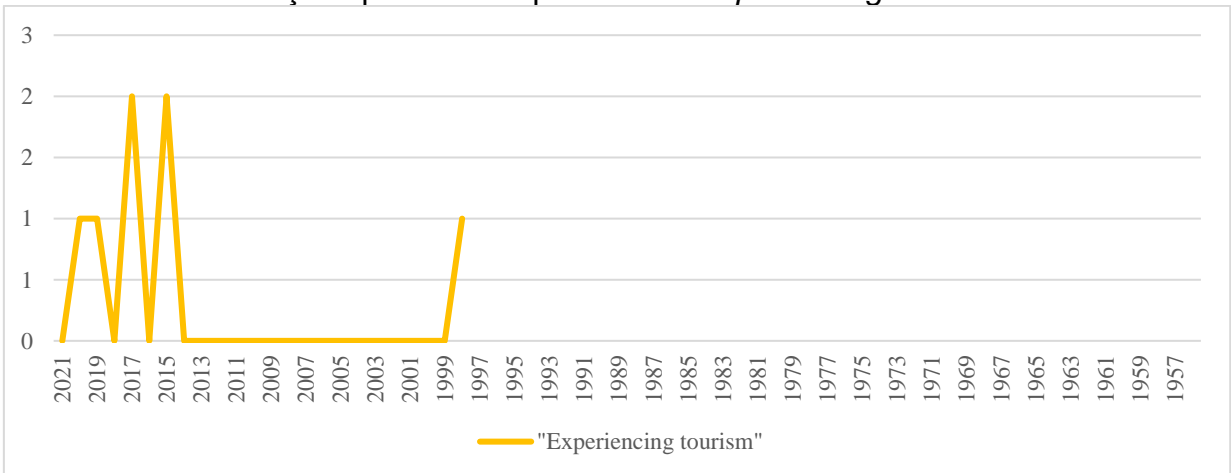
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 12 - Publicações por ano Grupo Turismo *tourism*.



Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

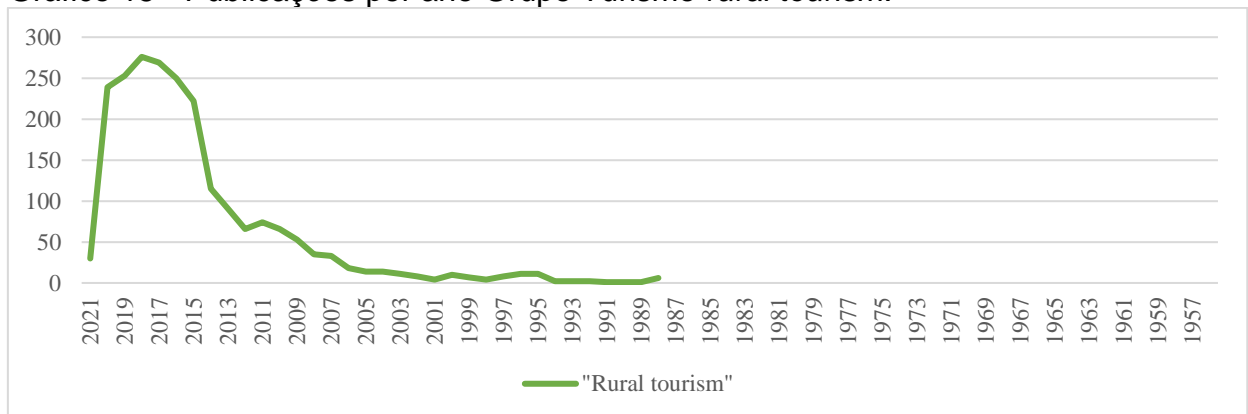
Gráfico 13 - Publicações por ano Grupo Turismo *experiencing tourism*.



Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 14 - Publicações por ano Grupo Turismo *food tourism*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

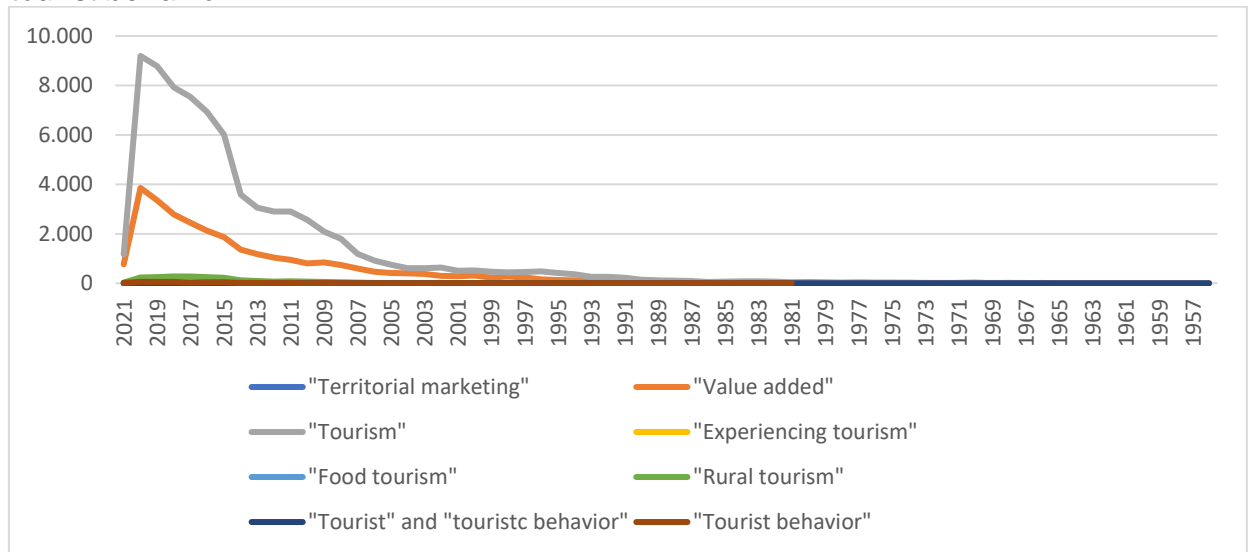
Gráfico 15 - Publicações por ano Grupo Turismo *rural tourism*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 16 - Publicações por ano Grupo Turismo *touristic behavior*.

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 17 - Publicações por ano Grupo Turismo *territorial marketing, value added, tourism, experiencing tourism, food tourism, rural tourism, tourist e touristc behavior e tourist behavior*.

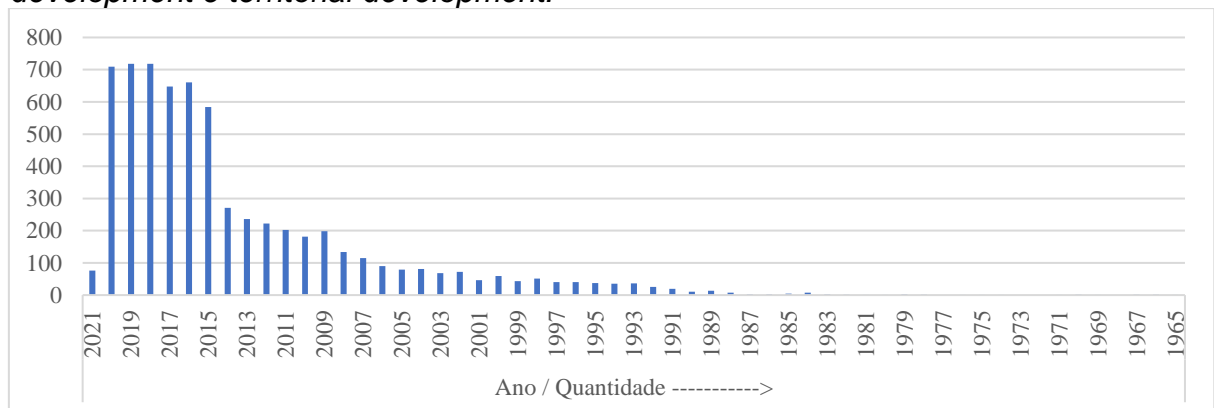


Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

As publicações do **grupo desenvolvimento** (*local identity, local development e territorial development*) o primeiro artigo a ser publicado foi em 1965, os anos com maior número de publicações foram 2018 e 2019 com 718 artigos, em 2021 (27/03) foram publicados 76 artigos.

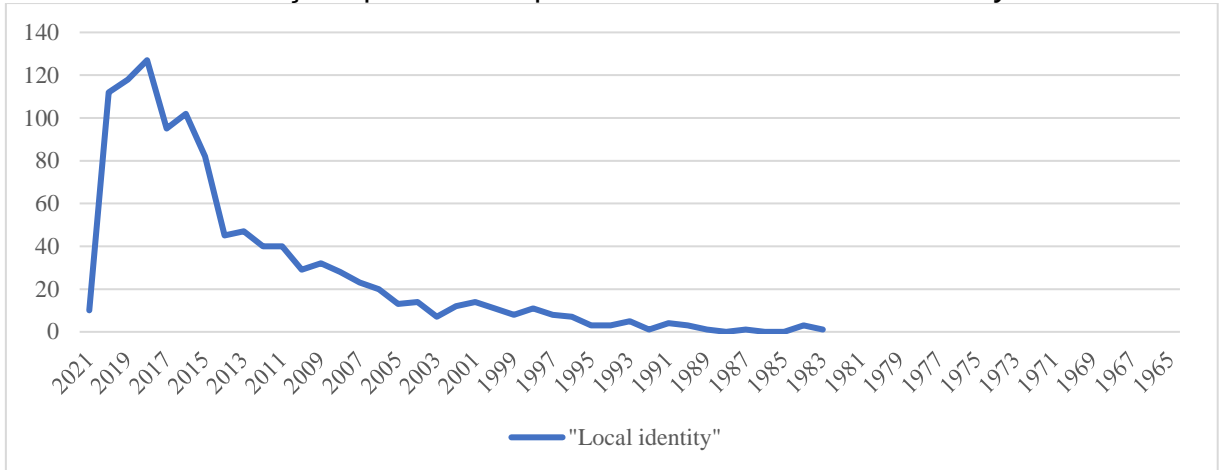
Foram utilizados como filtro as categorias: *food science technology, agriculture multidisciplinar, hospitality leisure sport tourism e agriculture dairy animal science*, os artigos repetidos e os que não tinham aderência com o tema de pesquisa foram descartados.

Gráfico 18 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento *local identity, local development e territorial development*.



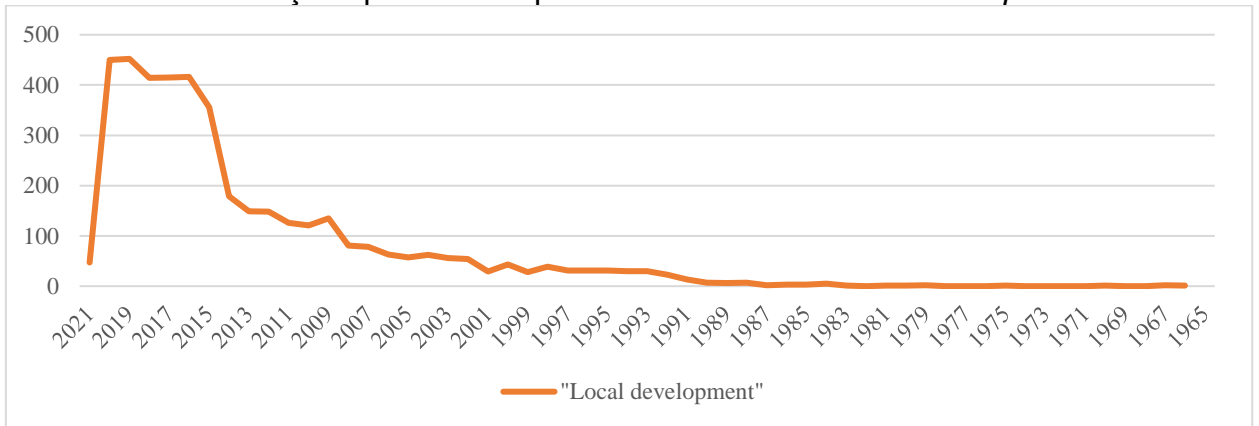
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 19 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento *local identity*.



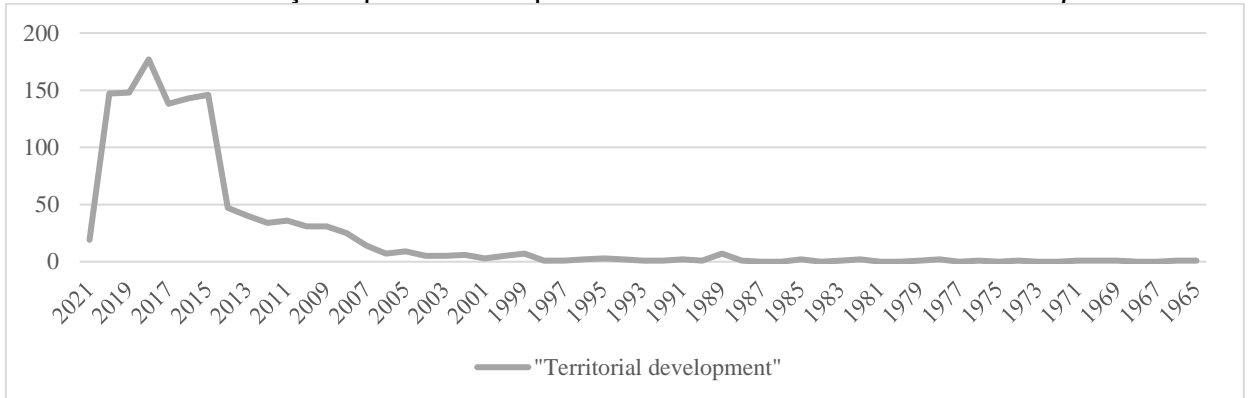
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 20 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento *local development*.



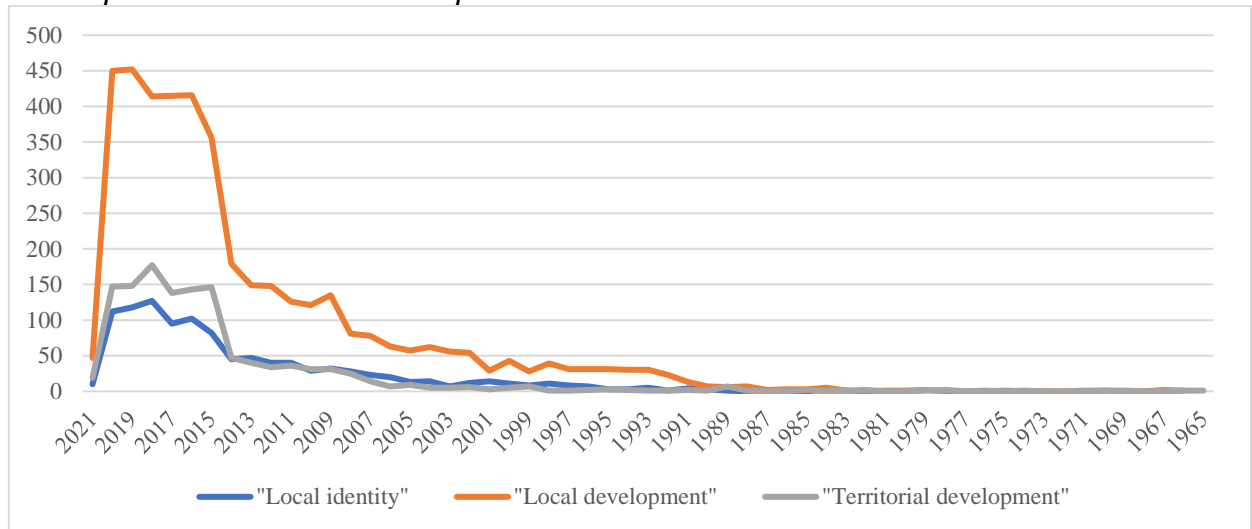
Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 21 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento *territorial development*.



Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Gráfico 22 - Publicações por ano Grupo Desenvolvimento *local identity, local development e territorial development*.



Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Após a realização das pesquisas por grupos junto com os filtros das categorias, optou-se por realizar a pesquisa com o termo *beef* em conjuntos com os demais termos de pesquisa, utilizou-se na primeira pesquisa a combinação dentro do grupo carne bovina: *beef and traceability and quality and premium and specialized breeds and beef cattle and native pasture or grass feed*, foram localizados 21 publicações, após a aplicação do filtro de categorias (*food science technology or agriculture multidisciplinary or agronomy or agriculture dairy animal science*) foram 08 publicações, sendo a primeira publicação em 2002 e última publicação em 2020.

Quadro 4 – Pesquisa palavras-chave e categorias *web of science*.

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Beef" and "Traceability" and "Quality" and "Premium" and "Specialized breeds" and "Beef cattle" and "Native pasture" or "grass feed"	21	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR AGRONOMY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE	8	2002	2020

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Em seguida, mantendo ainda a pesquisa dentro do grupo carne bovina, foi realizado a pesquisa utilizando os termos *beef and traceability, beef and quality, beef and premium, beef and specialized breeds, beef and beef cattle e beef and native*

*pasture or grass feed*, foram localizados o total de 32.174 artigos, após excluir os repetidos e os artigos que não tinham aderência obteve-se um resultado de 22.556, tendo ocorrido as primeiras publicações em 1945 e as últimas em 2021.

Quadro 5 – Pesquisa palavras-chave e categorias *web of Science*.

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Beef" and "Traceability"	338	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	216	1998	2021
"Beef" and "Quality"	14.175	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	10.961	1945	2021
"Beef" and "Premium"	220	AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR VETERINARY SCIENCES	153	1975	2021
"Beef" and "Specialized breeds"	3	AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR VETERINARY SCIENCES	3	2004	2019
"Beef" and "Native pasture" OR "grass feed"	116	AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY OR FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	84	1977	2020
	32.174		22.556		

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Na sequência, realizou-se a pesquisa do termo *beef* com os termos dos grupos turismo e desenvolvimento, sendo: *beef and local identity*, *beef and local development*, *beef and territorial development*, *beef and territorial marketing*, *beef and value added*, *beef and tourism*, *beef and experiencing tourism*, *beef and food tourism*, *beef and rural tourism*, *beef and tourist and touristc behavior*, *beef and tourist*, *beef and tourist and tourist behavior*.

Quadro 6 – Pesquisa palavras-chave e categorias *web of Science*.

Palavra-chave	Resultado	Categoria Web of Science	Resultado	Primeira Publicação/ano	Última Publicação/ano
"Beef" and "Local identity"	0	-	0		
"Beef" and "Local development"	1	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY	1	2008	2008
"Beef" and "Territorial development"	1	-	0	2018	2018
"Beef" and "Territorial marketing"	0	-	0		
"Beef" and "Value added"	104	FOOD SCIENCE TECHNOLOGY OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINARY	71	1995	2020
"Beef" and "Tourism"	26	HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR AGRICULTURE MULTIDISCIPLINAR	9	1994	2021
"Beef" and "Experiencing tourism"	0	-	0		
"Beef" and "Food tourism"	0	-	0		
"Beef" and "Rural tourism"	0	-	0		
"Beef" and "Tourist" and "touristic behavior"	0	-	0		
"Beef" and "Tourist"	8	AGRICULTURE DAIRY ANIMAL SCIENCE OR HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM OR AGRICULTURAL ECONOMICS POLICY	4	1996	2020
"Beef" and "Tourist" and "Tourist behavior"	0	-	0		
	140		85		

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria (2021)

Tendo em vista todas estas informações, a compreensão do estado da arte se torna útil para aplicação ao objeto de estudo.

No capítulo seguinte e, em especial no capítulo de resultados, será apresentada a condição dos CCS, cuja história, origem, colonização e ocupação, fatos políticos e econômicos, topografia e clima, que ao longo de décadas a modelaram esse espaço, podendo ainda, na contemporaneidade, propiciar a consolidação de uma atividade econômica alternativa de turismo incremental.

### **3 MÉTODO**

São apresentadas a seguir, as seções que compreendem o método proposto, incluindo a classificação, enquadramento metodológico, definição da amostra, recorte temporal e espacial, alinhamento com os objetivos, coleta de dados e posterior análise.

#### **3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO**

##### **3.1.1 Abordagem**

Para o desenvolvimento da pesquisa foi adotada abordagem qualitativa, na qual a veracidade não se comprova de forma numérica ou estatisticamente; ela surge de forma ampla na experimentação empírica, a partir de análises feitas de maneira acurada, inclusivo, consistente e adequado, e na argumentação lógica das ideias (MICHEL, 2015).

##### **3.1.2 Natureza**

Considerando a possibilidade de gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009), entende-se que a natureza da pesquisa é aplicada. Em complemento, optou-se por esta modalidade, pois a mesma se beneficia de conhecimentos e resultados adquiridos na pesquisa, com objetivo de transformar os dados em elementos que venham a fornecer informações para melhorar o padrão de vida da humanidade, com objetivo ao desenvolvimento e inovação nos processos e produtos (APPOLINÁRIO, 2012; MICHEL, 2015).

##### **3.1.3 Objetivos**

Com relação aos objetivos propostos, o estudo caracterizou-se como pesquisas exploratória e explicativa, haja vista a pesquisa bibliográfica e de estudo de caso com observação.

A pesquisa do tipo de estudo de caso configura-se principalmente pelo estudo centralizado em um único caso. Esse estudo é preferido pelos pesquisadores que desejam aprofundar seus conhecimentos em um determinado caso especial. Assim, o pesquisador tem a chance de verificar *in loco* os fatos a serem investigados, sendo de grande valia e elevado aproveitamento (RAUPP; BEUREN, 2006).

Aqui cabe um esclarecimento, pois mesmo que se tenha proposto a pesquisa *in loco* em mais de uma propriedade, considera-se para fins deste estudo um caso, ou seja, o caso em questão do incremento das atividades turísticas gastronômicas nos CCS.

#### **3.1.4 Procedimento**

Dadas as características do estudo desenvolvido, optou-se por diferentes modalidades de pesquisa.

Primeiramente, a pesquisa bibliográfica, coletando publicações de periódicos, livros e sites, que permitem ao pesquisador conhecer o que já se estudou do assunto. Em seguida, a pesquisa documental, que se difere da pesquisa bibliográfica, pois recorre a fontes mais diversificadas, por vezes sem tratamento analítico, tais como: tabelas, relatórios, documentos oficiais, fotos e outros.

Os documentos acessados foram disponibilizados por meio do Consórcio Intermunicipal de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos de Cima da Serra (CONDESUS), da Associação dos Municípios dos Campos de Cima da Serra (AMUCSER), do Conselho Regional de Desenvolvimento (COREDES), da Associação dos Produtores Rurais dos Campos de Cima da Serra (APROCCIMA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR), do Núcleo de Estudos em Sistemas de Produção de Bovinos de Corte e Cadeia Produtiva (NESPRO), da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e da Universidade de Caxias do Sul (UCS), todos previamente contatados.

Por fim, foi realizada também a pesquisa de campo (com coleta de dados junto as organizações selecionadas) e o estudo de caso, para conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e

característico. Assim, o pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe (FONSECA, 2002)

Considerando tal percepção, cabe esclarecer, no que tange ao recorte de pesquisa, que mesmo reconhecendo a importância do estudo de cadeias produtivas – notadamente a cadeia produtiva da carne e sua grande relevância socioeconômica para o Brasil – não foi esse o objeto de estudo, que recaiu sobre as propriedades rurais e o que há disponível em seu entorno.

### 3.1.5 Coleta e Análise

Além da pesquisa bibliométrica - realizada entre os dias 24/03/2021 e 27/03/2021, na base de dados *Web of Science*<sup>®</sup> - descrita na seção 2.3, buscou-se por meio dos documentos, estatutos, atas, leis municipais, convênios, leis estaduais e federais identificar a participação no incremento da atividade de bovinocultura voltadas para o desenvolvimento local.

Para a coleta de dados e análise foram utilizados como base os fatores da exploração de vantagens específicas na produção de bens e serviços (HARVEY, 1996). Dentre as possibilidades para a exploração de vantagens específicas na produção de bens e serviços podem constar três grandes grupos – Aproveitamento de recursos naturais básicos, Localização e Vantagens criadas por investimentos – divididos em categorias, conforme propõe David Harvey (1996, p. 291).

- 1 Aproveitamento de recursos naturais básicos;
- 2 Localização;
- 3 Vantagens criadas por investimentos:
  - 3.1 Infraestrutura física;
  - 3.2 Infraestrutura social (universidades, hospitais);
  - 3.3 Estímulo a: 3.3.1 Novas tecnologias; 3.3.2 Novos produtos; e 3.3.3 Capital de risco para novos empreendimentos; 3.3.4 Subsídios;
  - 3.4 Mão-de-obra;
  - 3.5 Economias de aglomeração;
  - 3.6 Divisão espacial de consumo: 3.6.1 Atrativos turísticos; 3.6.2 Qualidade de vida e do meio urbano; 3.6.3 Inovação cultural; 3.6.4 Atrativos de consumo; 3.6.5 Entretenimento;
  - 3.7 Gestão, comando e controle de: 3.7.1 Operações financeiras; 3.7.2 Empresas; 3.7.3 Mídia;
  - 3.8 Investimentos federais e estaduais de diversas ordens;
  - 3.9 Agricultura: 3.9.1 Aumento de escala e organização da produção; 3.9.2 Nichos específicos; e 3.9.3 Agroturismo e turismo ecológico.

Partindo da proposta do autor, foram elencados a seguir os grupos, categorias e subcategorias consideradas no estudo, cujos itens foram identificados *ex-ante*, e receberam a descrição no capítulo de resultados.

Quadro 7 – Categorias de desenvolvimento local aplicadas no estudo

**1 Aproveitamento de recursos naturais básicos**

*Identificados para a pesquisa: Água e campo nativo.*

**2 Localização**

*Identificados para a pesquisa: BR-285, BR-116, BR-101 e estrutura aeroportuária.*

**3 Vantagens criadas por investimentos**

**3.1 Infraestrutura física**

*Identificados para a pesquisa: vias, frigoríficos estabelecidos e projetos.*

**3.2 Infraestrutura social**

*Identificados para a pesquisa: oferta, acesso e formação técnica disponível.*

**3.3 Estímulo a:** 3.3.1 Novas tecnologias; 3.3.2 Novos produtos; e 3.3.3 Capital de risco para novos empreendimentos;

*Identificados para a pesquisa: Banco do Brasil, Banrisul e Sicredi*

3.3.4 Subsídios

*Identificados para a pesquisa: observado *in loco* nas propriedades*

**3.4 Mão-de-obra**

*Identificados para a pesquisa: recursos humanos, família ou contratados*

**3.5 Economias de aglomeração**

*Identificados para a pesquisa: bovinocultura ou outros tipos de pecuária, hospedagem, turismo rural, culinária e gastronomia.*

**3.6 Divisão espacial de consumo:** 3.6.1 Atrativos turísticos; 3.6.2 Qualidade de vida e do meio urbano; 3.6.3 Inovação cultural; 3.6.4 Atrativos de consumo; 3.6.5 Entretenimento.

*Identificados para a pesquisa: feiras e eventos locais, atrativos naturais, consumo dos serviços de hospedagem e gastronômico.*

**3.7 Gestão, comando e controle de:** 3.7.1 Operações financeiras (bancos, bolsas de valores); 3.7.2 Empresas; 3.7.3 Mídia;

*Identificados para a pesquisa: linha de crédito junto a instituições financeiras para financiamento de equipamentos, implementos, insumos e animais.*

**3.8 Investimentos federais e estaduais de diversas ordens** (como em refinaria de petróleo, centro de pesquisa indústria militar);

*Identificados para a pesquisa: Pavimentação da BR 285 e construção do aeroporto de Vacaria, Órgão públicos estratégicos.*

**3.9 Agricultura:** 3.9.1 Aumento de escala e organização da produção (por meio de cooperativas, produção familiar); 3.9.2 Nichos específicos; e 3.9.3 Agroturismo e turismo ecológico.

*Identificados para a pesquisa: pousadas, fazendas.*

Ao término desta subseção cabe esclarecer que nem todas as possibilidades para a exploração de vantagens específicas na produção de bens e serviços supramencionadas foram auferidas, por conta de adaptação e adequação ao estudo da realidade dos CCS.

### **3.1.6 Considerações sobre a técnica da Observação**

Reitera-se que para pesquisa de campo junto às propriedades selecionadas que desenvolvem atividades turísticas ligadas ao consumo da carne bovina, foi utilizada a técnica de observação.

Para Danna e Matos (2006) na observação são registrados dados visíveis e de interesse da pesquisa. As anotações podem ser feitas por meio de registro cursivo (contínuo), uso de palavras-chave, *check list* e códigos, que são transcritos posteriormente.

Marconi e Lakatos (2008) comentam que a observação não se resume apenas em ver e ouvir, é uma técnica de coleta de dados que examina fenômenos e fatos onde o pesquisador tem um contato direto com o objeto a ser estudado.

Segundo Ferro e Rejowski (2020), a técnica da observação busca a obtenção de dados quanto aos fenômenos sociais observáveis, permite ainda a maior proximidade, gerando informações que não seriam possíveis de coletar com outra técnica.

Mesmo que não tenha havido entrevistas com roteiro ou questionários, cabe mencionar que um termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) foi apresentado aos proprietários dos estabelecimentos observados, bem à demais informantes (ver Apêndice A).

#### **3.1.6.1 Do Registro das Observações**

O registro da observação é feito quando ocorre e pode assumir diferentes formas, sendo a mais frequente a que consiste na tomada de notas por escrito ou na gravação de sons ou imagens.

Na pesquisa de campo com observação não participante (conduzida em 6 propriedades, indicadas no quadro 14), foram anotadas as conversas e informações, complementadas por registros fotográficos do pesquisador.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA AMOSTRA, RECORTE TEMPORAL E ESPACIAL

Nos Campos de Cima da Serra (cujas maior parte está contida Região Geográfica Imediata de Vacaria), há diversas propriedades que criam bovinos e/ou ofertam turismo rural.

Inicialmente, tendo em vista a proposta de pesquisa, buscou-se uma delimitação para a definição de uma amostra que fosse composta por propriedades que desempenhassem ambas as atividades, bem como a escolha de um município que melhor representasse esta condição.

No levantamento preliminar, observou-se, por meio da documentação dos Conselho Regionais de Desenvolvimento (COREDEs), que havia dois municípios cuja principal atividade produtiva é a bovinocultura, a saber: São José dos Ausentes e Ipê.

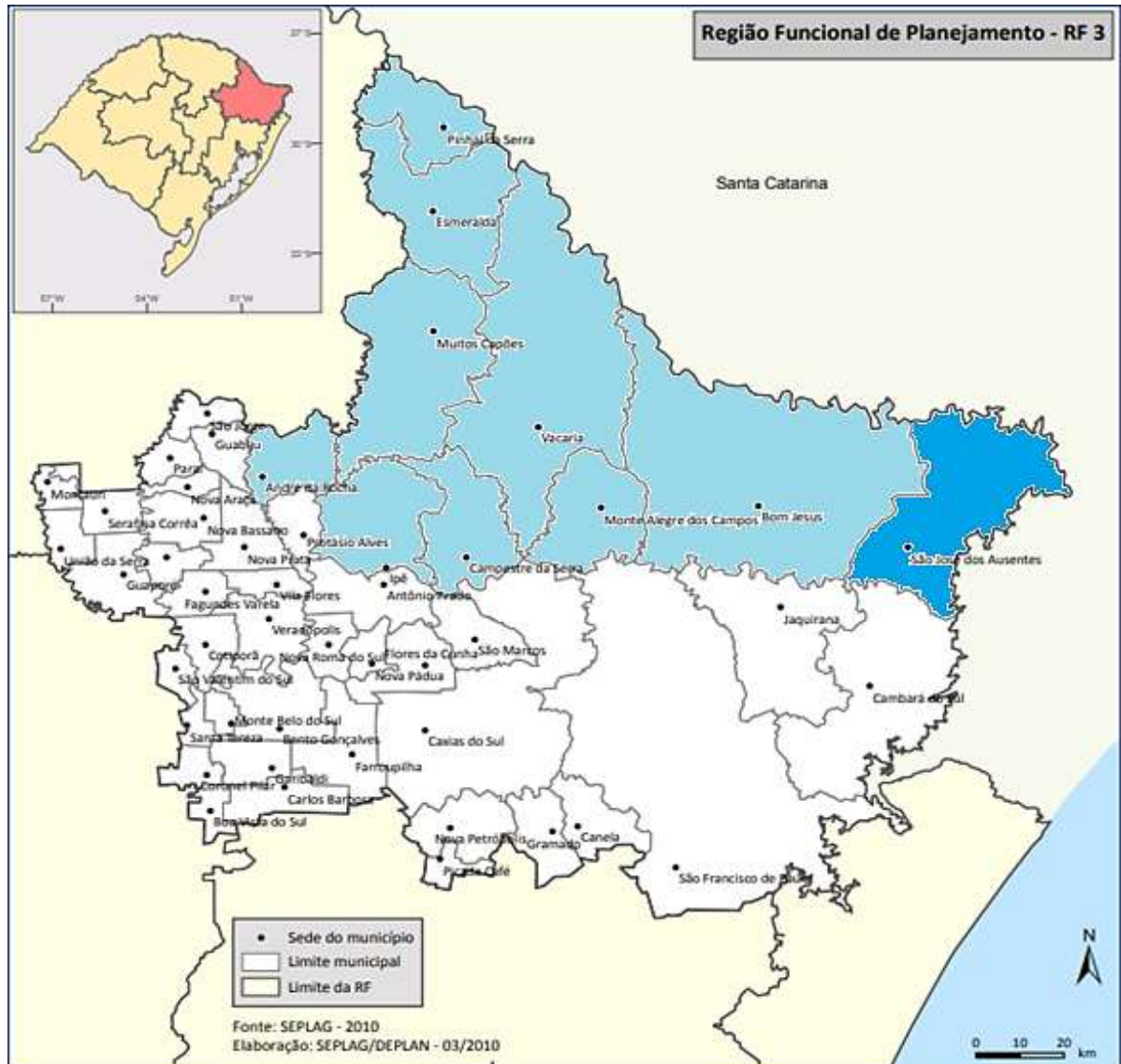
Partindo desta constatação, o recorte espacial se deu por dois motivos: a maior concentração de propriedades que desenvolvem o turismo rural está no município de São José dos Ausentes; e o fato da recente revisão do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), excluir o município de Ipê da região Imediata de Vacaria (ver Anexo A).

Do ponto de vista do desenvolvimento socioeconômico, cabe esclarecer que no Rio Grande do Sul há 9 (nove) Regiões Funcionais de Planejamento (RFP). Cada RFP congrega *um* ou *mais de um* COREDE, que por sua vez, totalizam 28 (vinte e oito) no estado (ver Anexo B).

Na figura 01, consta a localização da RF3 no RS em branco, o COREDE dos Campos de Cima da Serra em azul claro e o *locus* de pesquisa (município de São José dos Ausentes), que está representado em azul escuro.

E no que tange ao turismo, registra-se que os CCS compõem a região “2”, das Regiões Turísticas do Rio Grande do Sul (ver Anexo C). Tal região tem subdivisões e no Caso de São José dos Ausentes as propriedades ficam evidenciadas na figura 02.

Figura 1 – Região Funcional de Planejamento, COREDE e município de São José dos Ausentes.



Fonte: Adaptado de Atlas Econômico RS (2021)

Assim, foi estabelecido um “n” de propriedades nas quais foi realizada a observação (ver figura 03). Como critério de exclusão foram desconsideradas as propriedades que não estavam ligadas à bovinocultura, bem como as que não integram a carne bovina em seu “portfólio” de produtos.

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de fevereiro e abril de 2021, incluindo-se aqui a etapa complementar de levantamento documental e as visitas e observação não participante as propriedades selecionadas.

Figura 2 – Mapa turístico de São José dos Ausentes-RS, 2011.



Pousadas

- 1 - Pousada Fazenda Potreirinhos
- 2 - Pousada Fazenda dos Ausentes
- 3 - Sítio Vale das Trutas - Cabanas e Pesque Pague
- 4 - Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues
- 5 - Pousada Fazenda Montenegro

[www.bemtevebrasil.com.br](http://www.bemtevebrasil.com.br)

Distâncias de São José dos Ausentes

- Silveira 21- KM  
 Pico e Cânion do Monte Negro - 45 KM  
 Cachoeirão dos Rodrigues - 33 KM  
 Sítio Vale das Trutas - 12KM e 70 KM da BR 101  
 Desnivel dos Rio Divisa e Rio Silveira - 30 KM  
 Cambará do Sul - 50 KM - Estrada de Terra  
 Porto Alegre - 305 KM - 5 horas  
 Bom Jardim da Serra - 90 KM  
 Serra do Rio do Rastro - 140 KM

Fonte: BemteviBrasil (2011)

Figura 3 – Localização das propriedades observadas em S. José dos Ausentes-RS.



Fonte: Adaptado de Google Earth (2021)

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No presente capítulo são apresentados os resultados da pesquisa bibliográfica e documental (que em parte já constam nos capítulos 2 e 3), bem como dados coletados junto as propriedades e agentes consultados, complementados pelos resultados da observação *in loco*.

### 4.1 DADOS SOCIOECONÔMICOS E DA ATIVIDADE DE BOVINOCULTURA NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA

O estado do Rio Grande do Sul, ocupa uma área de 281.737,88km<sup>2</sup>, que corresponde a 3,34% da área total do Brasil (IBGE, 2018). Os ecossistemas de campo nativo na região sul do Brasil abrangem os campos subtropicais e os campos de altitude. Os campos subtropicais são encontrados na Depressão Central, Serra do Sudeste e região da Campanha, na metade sul do Rio Grande do Sul. Os campos de altitude são encontrados na região do Planalto Sul-Brasileiro, especialmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina (PILLAR, 2009).

Os Campos de Cima da Serra, são a porção de terras mais alta do estado, conhecidos como campos de altitude, são campos formados em áreas acima de 900m de altitude e fazem parte do bioma Mata Atlântica (PILLAR, LANGE, 2015). Os campos de altitude são vistos nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, na região, a vegetação predominante é a de campo nativo, formação natural destas pastagens, uma das características de maior identificação dos CCS (SCHLICK, 2004).

Na questão climática e demográfica, registra-se que os CCS também se caracterizam por invernos rigorosos e uma população de aproximadamente 100.000 habitantes, constituindo uma densidade demográfica menor que dez moradores por quilômetro quadrado (ANDRADE, 2014).

Quanto à economia local há pouca diversificação, apesar de que, desde o início deste século, a pecuária de corte e a produção de queijo serrano, atividades que eram predominantes nos CCS vêm abrindo espaço para novas atividades, como fruticultura (uva, mirtilo, physalis, maçã, ameixa, pera, pêssego), vinho, batata, brócolis e turismo no espaço rural (KRONE, 2009; WURZ, 2017; VALENTINI *et al.* 2017; SIMÕES *et al.* 2018; BOZIKI *et al.* 2019).

Do ponto de vista geográfico, de acordo com a nova classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), os “Campos de Cima da Serra”, bem como o município de São José dos Ausentes, estão agora localizados na Região Geográfica Imediata de Vacaria (430039), que por sua vez, pertence à Região Geográfica Intermediária da Caxias do Sul (4307) (ver Anexo A).

A seguir é apresentada uma breve compilação de dados socioeconômicos, agropecuários e das atividades de bovinocultura nos Campos de Cima da Serra, bem como dados do território, rebanho e uso da terra.

#### **4.1.1 Dados contemporâneos dos CSS e SJA**

O Conselho Regional de Desenvolvimento (COREDE) Campos de Cima da Serra, localizado na Região Funcional de Planejamento 3<sup>1</sup>, foi criado no ano de 2006, e é composto por dez municípios: André da Rocha, Bom Jesus, Campestre da Serra, Esmeralda, Ipê, Monte Alegre dos Campos, Muitos Capões, Pinhal da Serra, São José dos Ausentes e Vacaria.

Os municípios do COREDE Campos de Cima da Serra fazem parte da Região Imediata de Vacaria, que por sua vez faz parte da Região Intermediária de Caxias do Sul, apresentando, em sua maioria, pequeno crescimento populacional no período 2000-2010, e baixos indicadores sociais, principalmente no que se refere à educação e saúde, estão entre os piores no estado.

No que se refere à economia, o COREDE Campos de Cima da Serra, apresenta um perfil mais voltado à agropecuária. A produção da agricultura é diversificada, com destaque para a fruticultura, na pecuária, destaca-se a criação de bovinos de corte e de leite. A indústria possui pouca participação e está concentrada, em sua maior parte, em Vacaria. O turismo se apresenta como potencialidade na região, embora seja prejudicado pela infraestrutura de transportes.

O CCS representa somente 0,4% da indústria da transformação do Estado, destacam-se os produtos alimentares, com 0,71% do total do Estado, e de bebidas,

---

<sup>1</sup>As Regiões Funcionais de Planejamento foram propostas pelo Estudo de Desenvolvimento Regional e Logística do RS – Rumos 2015, contratado em 2003 pela então Secretaria da Coordenação e Planejamento, a partir do agrupamento de COREDEs, como uma escala mais agregada que possibilita o tratamento de temas de interesse regional. A regionalização, juntamente com a dos COREDEs, passou a ser utilizada para o planejamento das ações governamentais, no Orçamento do Estado e no Plano Plurianual.

com 1,22%. O CCS possui o menor índice do IDESE, com valor de 0,694, ocupando o 22º lugar entre os COREDES.

Segundo o IBGE, a população estimada em 2020 no CCS é de 104.464, a densidade demográfica é de 28,87 habitantes por km<sup>2</sup>, o município de São José dos Ausentes tem uma população estimada em 2020 de 3.543, com 62,7% da população em área urbana, ou seja 2.221, e 37,3% em área rural, sendo 1.322 pessoas. A área total do município de SJA é de 1.173.907 km<sup>2</sup>, com densidade demográfica de 2,8 habitantes por km<sup>2</sup>, IDHM em 2010 de 0,663 e um PIB per capita de R\$ 25.747,60.

São José dos Ausentes, segundo o censo IBGE 2010, tem uma população de 3.290 pessoas, comparado aos outros município do Brasil, em um ranking de 5.570 município, SJA figura na posição 4.960, em relação ao estado do Rio Grande do Sul está na posição 345, em um total de 497 municípios, na região geográfica imediata está na 4ª posição em um total de 10 municípios, ficando atrás dos municípios de Vacaria, com 61.342 habitantes, Bom Jesus, com 11.519 habitantes e Ipê, com 6.016 habitantes.

Quadro 8 - Dados demográficos CCS-RS

Município	População Estimada	População Censo 2010	População comparado a outros municípios do Brasil	População comparado a outros municípios do RS	População comparado a outros municípios da Região Imediata	Densidade Demográfica 2010 - hab./km <sup>2</sup>	Território km <sup>2</sup>
André da Rocha	1.343	1.216	5.558º	496º	10º	3,75	331,227
Bom Jesus	11.309	11.519	2.671º	146º	2º	4,39	2.662,837
Campestre da Serra	3.395	3.247	4.977º	349º	5º	6,04	537,994
Esmeralda	3.287	3.168	5.008º	357º	6º	3,82	829,587
Ipê	6.689	6.016	3.928º	235º	3º	10,04	599,361
Monte Alegre dos Campos	3.232	3.102	5.028º	359º	7º	5,64	549,456
Muitos Capões	3.173	2.988	5.067º	369º	8º	2,49	1.193,717
Pinhal da Serra	1.918	2.130	5.406º	454º	9º	4,86	438,110
São José dos Ausentes	3.543	3.290	4.960º	345º	4º	2,8	1.173,907
Vacaria	66.575	61.342	489º	35º	1º	28,87	2.124,422
	104.464	98.018					10.440,618

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria – IBGE-SIDRA (2021)

O Índice de Desenvolvimento Socioeconômico (IDESE) de SJA é de 0.666, contrastando com o IDESE do COREDE CCS que é de 0.737, sendo a média estadual de 0.767. No que diz respeito a educação o município de SJA não tem se destacado, o índice é de 0.637, do COREDES é de 0.706, e a média do estado é de 0.736. Não

diferente dos demais índices, a renda fica muito aquém dos demais, SJA tem um índice de 0.541, enquanto o índice do COREDES CCS é de 0.698, bem distante da média estadual que é de 0.740.

No quesito saúde o município de SJA tem uma melhora, superando o índice da região e chegando bem perto da média estadual, o índice do município ficou em 0.818, o COREDES CCS com 0.806, é a média estadual em 0.825.

Segundo o relatório Cidades do IBGE<sup>2</sup>, o Campos de Cima da Serra possui uma área total de 10.400.618 km<sup>2</sup>, o município de São José dos Ausentes figura como o quarto município em extensão territorial, com 1.173.907 km<sup>2</sup>, com 460 hectares em lavouras permanentes e 2.986 hectares em lavouras temporárias. O município possui 52.410 hectares de pastagens, sendo 45.406 hectares de pastagens naturais, 6.905 hectares pastagens plantadas em boas condições e 99 hectares de pastagens plantadas em más condições.

Quadro 9 - Utilização da terra nos CCS-RS.

Utilização da Terra	Lavouras			Pastagens			Matas ou Florestas			Sistemas Agroflorestais
	Permanentes hectares	Temporárias hectares	Área para cultivo de flores hectares	Naturais hectares	Plantadas em boas condições hectares	Plantadas em más condições hectares	Naturais hectares	Naturais destinadas à preservação permanente ou reserva legal hectares	Florestas plantadas hectares	
Município										Área cultivada com espécies florestais também usadas para lavouras e pastoreio por animais hectares
André da Rocha	61	13.207	0	8.313	452	0	0	3.510	1.037	1.333
Bom Jesus	2.964	25.870	0	111.544	17.316	0	10.626	39.247	24.194	6.628
Campestre da Serra	1.890	12.160	0	8.981	1.189	0	1.177	7.130	2.297	3.475
Esmeralda	0	28.145	0	18.165	3.336	901	318	7.280	1.244	977
Ipê	1.373	12.421	21	15.679	2.258	387	736	8.652	3.107	1.172
Monte Alegre dos Campos	1.738	5.007	0	13.938	2.033	28	617	7.450	830	0
Muitos Capões	1.629	49.719	0	19.712	2.266	0	1.124	11.925	2.158	2.023
Pinhal da Serra	130	8.586	0	10.227	1.007	0	1.108	3.703	281	2.018
<b>São José dos Ausentes</b>	<b>460</b>	<b>2.986</b>	<b>0</b>	<b>45.406</b>	<b>6.905</b>	<b>99</b>	<b>7.596</b>	<b>12.112</b>	<b>15.911</b>	<b>20.266</b>
Vacaria	8.108	49.875	27	33.292	14.061	567	963	25.885	6.889	3.722
	18.353	207.976	48	285.257	50.823	1.982	24.265	126.894	57.948	41.614

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria – IBGE-SIDRA (2021)

<sup>2</sup> Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-jose-dos-ausentes/panorama> Acesso: 2 abr. 2021.

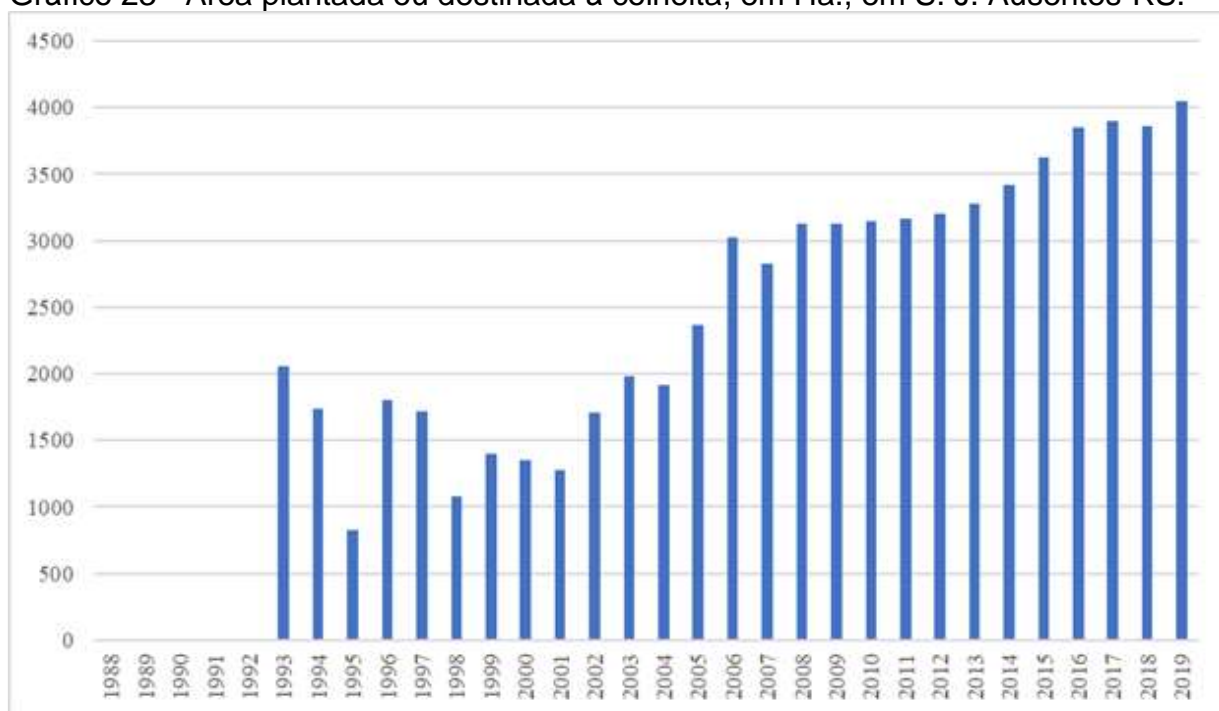
O município de SJA possui 7.596 hectares de matas e florestas naturais, 12.112 hectares de matas e florestas naturais destinadas à preservação permanente ou reserva legal e 15.911 hectares de florestas plantadas. O município possui ainda 20.266 hectares de sistemas agroflorestais, que são áreas cultivadas com espécies florestais também usadas para lavoura e pastoreio por animais.

Quadro 10 - Área plantada ou destinada à colheita em Hectares e área dos municípios.

Município	Area Total km <sup>2</sup>	Area ha Município	Area plantada ha 2019	% em relação a área do Município
André da Rocha	331,227	33.122,7	21.646	65,35%
Bom Jesus	2.622,837	262.283,7	33.275	12,69%
Campestre da Serra	537,994	53.799,4	16.974	31,55%
Esmeralda	829,587	82.958,7	35.170	42,39%
Ipê	599,361	59.936,1	13.435	22,42%
Monte Alegre dos Campos	549,456	54.945,6	5.909	10,75%
Muitos Capões	1.193,717	119.371,7	81.387	68,18%
Pinhal da Serra	438,110	43.811,0	8.786	20,05%
São José dos Ausentes	1.173,907	117.390,7	4.048	3,45%
Vacaria	2.124,422	212.442,2	92.437	43,51%
	10.400,618	1.040.061,8	313.067	30,10%

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria – IBGE-SIDRA (2021)

Gráfico 23 - Área plantada ou destinada à colheita, em Ha., em S. J. Ausentes-RS.



Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria – IBGE-SIDRA (2021)

A ligação histórica e econômica da região com a bovinocultura já foi mencionada no capítulo inicial deste projeto. Mas devido à relevância desta atividade a subseção a seguir foi destinada para melhor detalhá-la.

#### **4.1.2 A bovinocultura de corte nos CCS**

A introdução de gado bovino nos Campos de Cima da Serra foi um dos fatores preponderantes para a posterior ocupação e colonização dessa região. Desde o século XVII os padres jesuítas vinham incentivando a formação de economia pastoril no Rio Grande do Sul, porém o gado introduzido pelos jesuítas para alimentar as populações das reduções jesuíticas era alvo de pilhagem. Desta forma, segundo Pesavento (1985), dada a conjuntura da época, os padres jesuítas decidiram buscar outra área para estabelecer uma nova vacaria em que pudessem esconder o gado da pilhagem (PESAVENTO, 1985).

Segundo alguns historiadores, entre os anos de 1702 e 1707 o padre superior dos jesuítas, Lauro Nunes, decidiu criar a Vacaria dos Pinhais, em um local que à época parecia inacessível à sanha predadora dos caçadores de gado (PESAVENTO, 1997). Localizada na região nordeste do Rio Grande do Sul, a Vacaria dos Pinhais conforma o que é hoje é a região dos CCS, limitada ao norte pelo Rio Pelotas, ao sul pela Serra e pelo Rio das Antas, a leste pelos Aparados da Serra – conjunto de cânions escavados no planalto – e a oeste por uma zona de floresta que à época, era conhecida por Mato Português (BARBOSA, 1978; PESAVENTO, 1997; OLIVEIRA, 2004).

A região oferecia cercamento natural e dispunha de vasta área formada por campos de pastagens naturais. Segundo alguns historiadores, para a formação da Vacaria dos Pinhais cada um dos Sete Povos das Missões contribuiu com certo número de animais, que foram conduzidos até a nova vacaria. Essa que foi a última vacaria fundada pelos padres jesuítas chegou a ter, em 1709, cerca de cem mil cabeças de gado *vacum* (FLORES, 1997).

Com a extinção das reduções, esse rebanho é abandonado e passa a reproduzir livremente na natureza (LOPEZ, 1991). Essa grande quantidade de animais tidos como “sem dono”, somado à inserção da região na rota dos tropeiros a partir da abertura de um novo caminho em 1733, despertou interesse sobre os CCS, iniciando

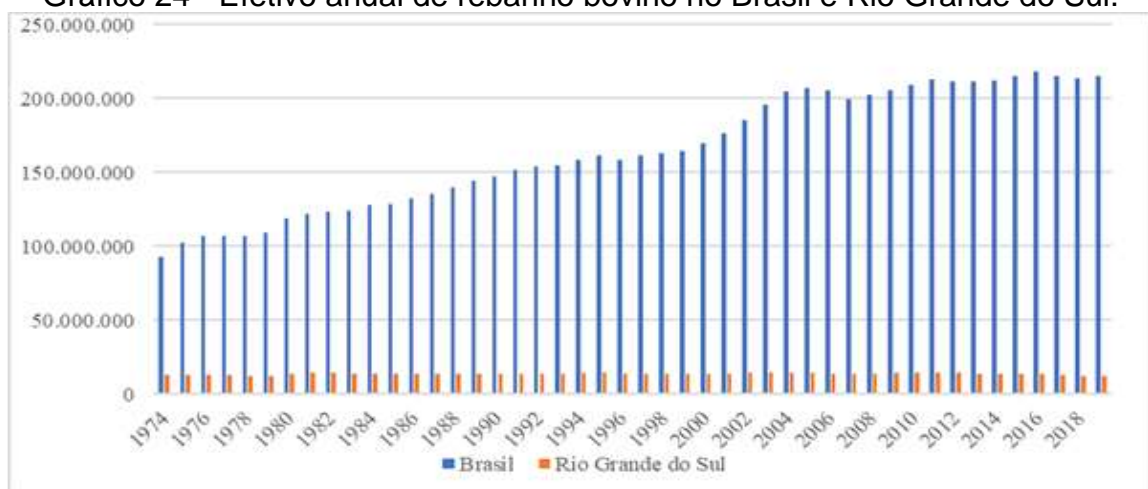
sua colonização por portugueses e é reconhecida por sua pecuária extensiva sendo a principal atividade econômica da região (BARBOSA, 1978; 1995).

Com a colonização do CCS, a criação das *sesmarias*<sup>3</sup>, a região começa a se organizar em estâncias. São então construídos os corredores de taipas que ajudam no manejo e criação do gado e nos anos 1940 e 1950 começa a instalação das serrarias para extração da araucária. Nos anos 1960 se iniciam os projetos para produção de frutas de clima temperado, mas por ser uma região com condição natural não tão favorável para o plantio, permitiu igualmente a manutenção do sistema da bovinocultura de corte (AMBROSINI, FILIPPI, 2008)

A bovinocultura ainda participa de forma decisiva para a composição da economia e da identidade cultural dessa região. Embora tenha uma certa diversificação, com implantação de lavouras, a bovinocultura ainda é predominante nas propriedades dos CCS (AMBROSINI; DE ANDRADE; FILIPPI, 2012).

Em 2016, o Brasil contava com 215.199.488 cabeças de bovinos, sendo que no Rio Grande do Sul o efetivo de bovinos é de 13.737.316 de cabeças, correspondendo a 6,384% do rebanho total (BRASIL, Censo Agropecuário, 2017). Os CCS possuem um plantel de 345.153 cabeças, que corresponde a 2,512% do rebanho total do Rio Grande do Sul (IBGE, 2018). E por fim, segundo o relatório SDA apresentado pelo município de SJA no dia 25/01/2021, o número de cabeças de gado é de 59.454, pertencentes a 1.227 produtores (RS, 2021).

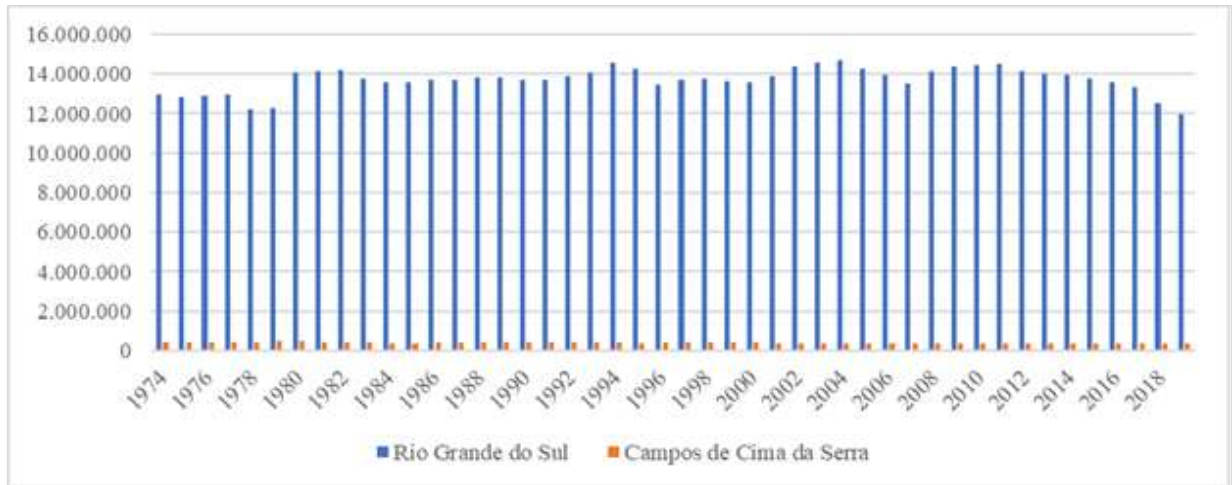
Gráfico 24 - Efetivo anual de rebanho bovino no Brasil e Rio Grande do Sul.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE/SIDRA, 2020.

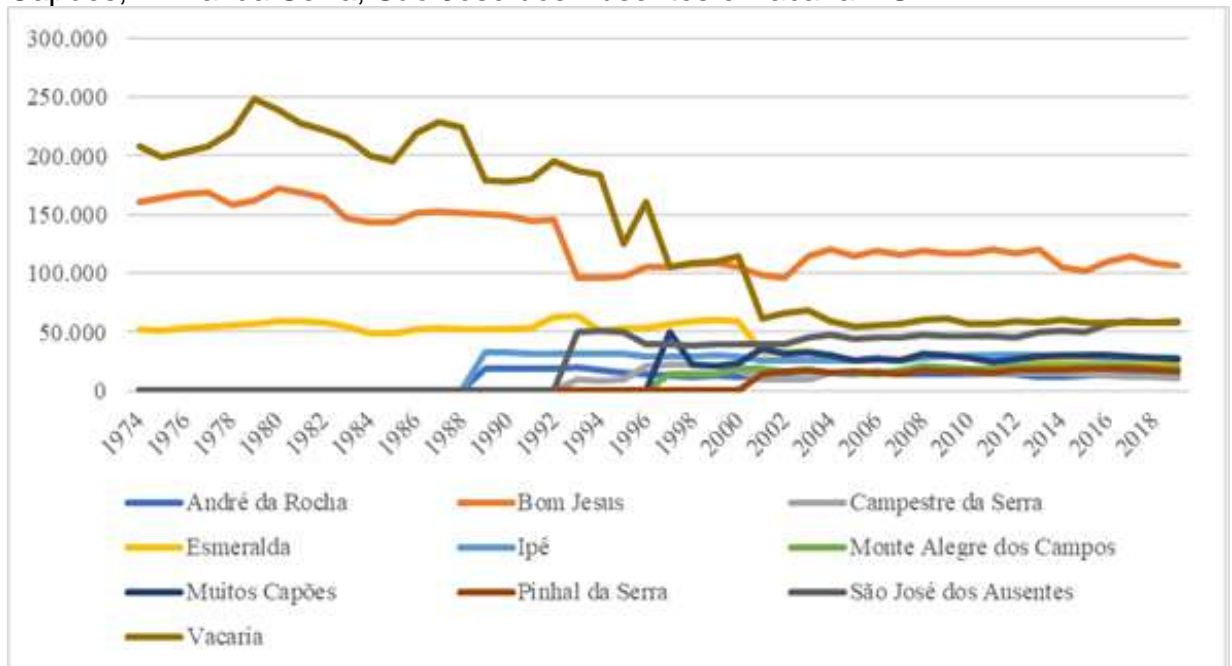
<sup>3</sup> Sesmaria (de sesma, derivada do latim *sexīma*, ou seja, "sexta parte") foi um sistema português, adaptado no Brasil, que normatizava a distribuição de terras destinadas à produção agrícola. Vigorou no Brasil de 10 de outubro de 1532 (concessão da 1ª. sesmaria 1532) à 17 de julho de 1822.

Gráfico 25 - Efetivo anual de rebanho bovino no Rio Grande do Sul e nos Campos de Cima da Serra.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE/SIDRA, 2020.

Gráfico 26 - Efetivo anual de rebanho bovino nos Municípios André da Rocha, Bom Jesus, Campestre da Serra, Esmeralda, Ipê, Monte Alegre dos Campos, Muitos Capões, Pinhal da Serra, São José dos Ausentes e Vacaria-RS.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE/SIDRA, 2020.

Na contemporaneidade, os registros do rebanho de bovinos de corte iniciam em 1974. Segundo o IBGE o rebanho nos CCS era de 420.946 cabeças, sendo 160.384 no município de Bom Jesus, 52.310 em Esmeralda e 208.249 em Vacaria, neste ano São José dos Ausentes era um distrito de Bom Jesus. Com a emancipação

de SJA, pela Lei Estadual 9.559 de 20/03/1992 e com a instalação do município em 01/01/1993, ocorreu também a transferência dos bovinos para o novo município.

Gráfico 27 - Efetivo total anual de rebanho bovino nos Campos de Cima da Serra e São José dos Ausentes-RS.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE/SIDRA, 2020.

Já em 1993 como município, São José dos Ausente tinha 50.200 cabeças de gado, que correspondia a 10,96% sobre o rebanho total dos CCS, que era de 457.806 cabeças. Segundo o IBGE em 2019, no último levantamento, os CCS tinham 362.566 cabeças, São José dos Ausentes, por sua vez estava com 57.370 cabeças, correspondendo a 15,82% do total, segundo a Inspetoria Municipal de SJA, no dia 23/01/2021, o plantel era de 59.454 cabeças de bovinos.

Quadro 11 - Dados do rebanho nos municípios dos CCS-RS.

Município/Ano	1974	1993	2019
André da Rocha	0	19.473	11.912
Bom Jesus	160.387	96.000	106.464
Campestre da Serra	0	9.300	10.916
Esmeralda	52.310	64.100	25.400
Ipê	0	31.533	27.740
Monte Alegre dos Campos	0	0	19.778
Muitos Capões	0	0	26.766
Pinhal da Serra	0	0	16.800
<b>São José dos Ausentes</b>	<b>0</b>	<b>50.200</b>	<b>57.370</b>
Vacaria	208.249	187.200	59.420
	420.946	457.806	362.566

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE/SIDRA, 2020.

Ao término dessa seção, considerando todos esses dados, observa-se que a vocação da bovinocultura de SJA não é de expansão em escala industrial do rebanho (como visto em outras regiões do Brasil), mas sim, a possibilidade de agregar valor à bovinocultura por meio dos chamados “serviços associados”.

#### 4.2 DESENVOLVIMENTO LOCAL: FATORES DA EXPLORAÇÃO DE VANTAGENS ESPECÍFICAS NA PRODUÇÃO DE CARNE E SERVIÇOS ASSOCIADOS NO ÂMBITO DO OBJETO DE ESTUDO

Nesta seção são apresentados os fatores de vantagens na produção de carne bovina, associada aos fatores econômicos, do aproveitamento de recursos naturais, da localização e das vantagens criadas pelo investimento.

De acordo com Campeão (2004), o desenvolvimento local objetiva conciliar os múltiplos agentes presentes no território, como os aspectos econômicos, sociais e ambientais, para Corrêa e Mariani (2011), o desenvolvimento pode ser incentivado quando as atividades turísticas surgem como potencializadoras do desenvolvimento local, e, neste caso, as atividades turísticas são complementares, o turismo como agente de desenvolvimento sucede da sua complementariedade com as demais atividades econômicas já pré-existente.

Para Corrêa (2009), o turismo é um conjunto de atrativos naturais e culturais, equipamentos de infraestrutura turística e de apoio, com uma ação conjunta desses atrativos é que a atividade turística consegue evoluir, atraindo assim os visitantes. Portanto, nesse estudo foram identificados esses elementos que compõem do ponto de vista do desenvolvimento local os fatores da exploração de vantagens específicas na produção de carne e serviços associados do município de São José dos Ausentes.

No limite leste de São José dos Ausentes, com o litoral de Santa Catarina, encontram-se os principais atrativos naturais do município, os cânions, ao todo são nove cânions, Cânion Rocinha, Cânion Realengo, Cânion Amola Faca, Cânion Boa Vista, Cânion Monte Negro, Cânion Catedral, Cânion Coxilha, Cânion Funil e o Cânion Cruzinha. O município é conhecido também como o ponto mais alto do estado, Pico Monte Negro com 1.403 metros acima do nível do mar.

No município existem muitas cachoeiras, as mais conhecidas e aberta para visitação são: Cachoeirão dos Rodrigues, Cachoeira das Sete Mulheres, Cachoeira Cascata do Juvenal e Cachoeira Despraiado. Outro belo atrativo visitado na região, o Desnível dos Rios (Rios Divisa e Silveira) trata-se de uma curiosa formação onde os rios passam lado a lado, isto é, as formações estão a 3 metros de distância e possuem um desnível de 20 metros de altura, tendo ainda a imensidão dos campos nativos cercados por florestas de araucária.

A existência dos atrativos culturais, de caráter histórico-cultural está presente no município, os bens culturais estão divididos em: históricos, manifestações e usos tradicionais, além eventos programados (BENI, 2019).

Por todo município são encontrados os mangueirões e taipas de pedra com mais de 300 anos, construída pelos jesuítas, utilizando como mão de obra os índios e escravos, exemplo disso é a Sede Fazenda Ausentes com seus mangueirões centenários.

Tendo como o principal produto cultural o Queijo Artesanal Serrano, que obteve o reconhecimento de Indicação Geográfica (IG) em 2020, outra expressão da cultura são os rodeios e o município realiza no mês de janeiro o Rodeio Crioulo Nacional de São José dos Ausentes, promovido pelo CTG Rodeio da Saudade, considerado o segundo maior rodeio crioulo do estado.

Outro marco histórico do município é a Cruz Missioneira, sendo a primeira cruz colocada em 1727 pela passagem dos jesuítas, a história do município é contada no Museu Waldemar dos Santos Boeira, que fica na localidade de Silveira, artefatos que remontam o início do povoamento da região, para manter a tradição e comemorar o aniversário de emancipação política administrativa, é realizado no mês de março a festa do Produtor Rural e da Batata.

Outro ponto importante para o município de SJA são os vastos campos nativos e as florestas de Araucária, somente 3,45% das terras do município são utilizadas para o plantio, o restante é utilizada para criação de gado a campo como já apresentado neste capítulo.

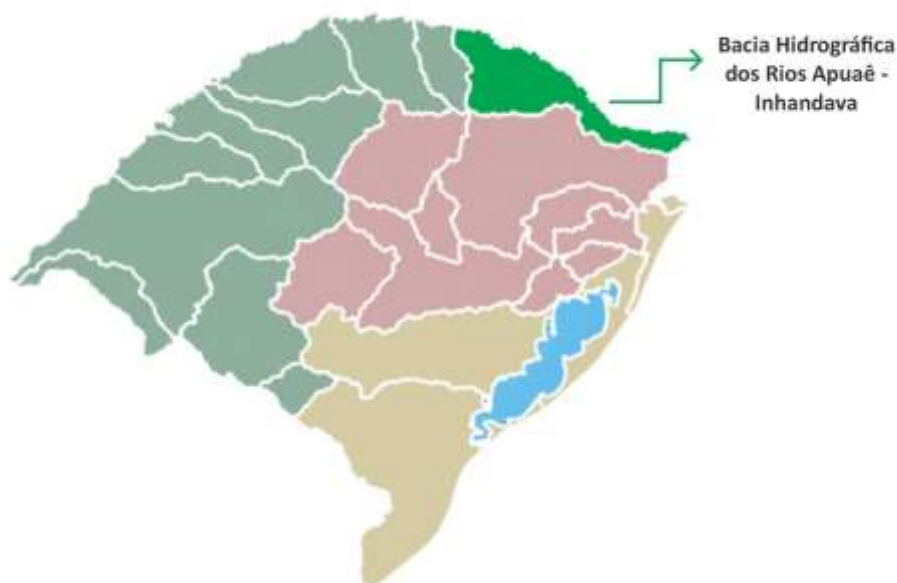
#### **4.2.1 Aproveitamento de recursos naturais básicos**

O Rio Grande do Sul é drenado por uma densa malha hidrográfica superficial, contando com três grandes bacias coletoras: a Bacia do Uruguai, que faz parte da Bacia do Rio da Prata, abrangendo cerca de 57% da área total do Estado; a Bacia do Guaíba, que abrange 30% da área; e a Bacia Litorânea, que abrange os demais 13% (ATLAS, 2021).

Segundo o Atlas (2021), o COREDE CCS apresenta boa disponibilidade de recursos hídricos, contando com uma malha hidrográfica superficial formada por rios, arroios e áreas de nascentes de duas sub-bacias coletoras: a do Rio Pelotas (Apuaê-Inhandava), afluente da Bacia do Uruguai, e a do Taquari-Antas, afluente da Bacia do Guaíba. 75% do município de SJA pertence a sub-bacia do Rio Pelotas e 25% restante pertence a bacia do Taquari-Antas.

O principal problema ligado ao recurso água na região não diz respeito tanto à qualidade da água, mas sim à sua disponibilidade, a escassez hídrica é uma realidade no Estado, considerando a ocorrência de repetidos períodos de estiagens e secas nos últimos anos. A ocorrência de estiagem e seca em quase todos os municípios do COREDE, com exceção de São José dos Ausentes (ATLAS, 2021).

Figura 4 – Bacia Hidrográfica dos Rios Apuaê-Inhandava-RS.



Fonte: Adaptado de SEMA (2021)

Disponível em: <https://sema.rs.gov.br/u010-bh-apuae-inhandava> Acesso: 10 ago. 2021.

Dos 117.390,7 hectares totais do município de SJA, 52.410 são destinados as pastagens, destas 45.406 são de pastagens de campos nativos, somando ainda a área de 20.266 hectares de área cultivada com espécies florestais também usadas para lavouras e pastoreio, a área total utilizada para pastoreio é de 72.676 hectares.

Figura 5 – Bacia Hidrográfica dos Rios Taquari-Antas-RS.



Fonte: Adaptado de SEMA (2021)

Disponível em: <https://sema.rs.gov.br/g040-bh-taquari-antas> Acesso: 10 ago. 2021.

Quadro 12 - Utilização da terra em São José dos Ausentes-RS.

Utilização da Terra	Lavouras		Pastagens			Matas ou Florestas			Sistemas Agroflorestais
	Permanentes hectares	Temporárias hectares	Naturais hectares	Plantadas em boas condições hectares	Plantadas em más condições hectares	Naturais hectares	Naturais destinadas à preservação permanente ou reserva legal hectares	Florestas plantadas hectares	
Município									Área cultivada com espécies florestais também usadas para lavouras e pastoreio por animais hectares
São José dos Ausentes	460	2.986	45.406	6.905	99	7.596	12.112	15.911	20.266

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do IBGE, 2021.

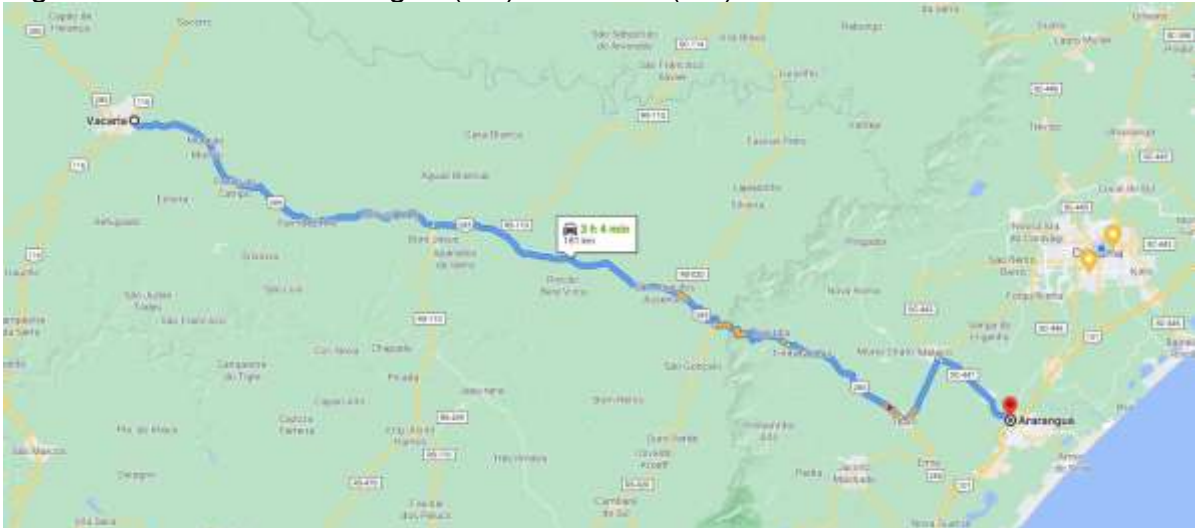
#### 4.2.2 Localização

São José dos Ausentes está localizado a nordeste do planalto meridional do estado do Rio Grande do Sul, é o ponto mais alto do estado, fazendo divisa com o estado de Santa Catarina, tendo a leste os cânions Aparados da Serra, com os municípios do litoral, ao norte o Rio Pelotas, com os municípios da serra catarinenses, a oeste com o município gaúcho de Bom Jesus e ao sul tendo os municípios de Cambara do Sul e Jaquirana como lindeiros.

O município de SJA é cortado pela Rodovia Federal BR 285, sendo o único acesso asfaltado ao município, a BR 285 inicia no município Araranguá, no litoral catarinense, e finaliza no município gaúcho de São Borja, fronteira com a Argentina. Atravessando serra e o planalto gaúcho, com aproximadamente 744 km, restando pouco mais de 10 km para rodovia ficar totalmente pavimentada.

A BR 285 liga as duas principais rodovias federais, BR 101, que passa por Araranguá, e BR 116, que passa por Vacaria, rodovias longitudinais, consideradas importantes para a região sul, são os corredores utilizados para escoar a produção. As duas rodovias estão totalmente asfaltadas nos dois estados.

Figura 6 - BR 285 – Araranguá (SC) e Vacaria (RS).



Fonte: Adaptado de *Google Maps*®, 2021.

A 89 km de SJA, a BR 101, rodovia translitorânea, segue no sentido norte-sul, passando praticamente por todo litoral Brasileiro, seu ponto inicial é na cidade de Touros, no estado do Rio Grande do Norte e o final na cidade de São José do Norte, no estado do Rio Grande do Sul, atravessando 12 estados e com uma extensão total de 4.615 km.

Já a BR 116, está a 100 km de SJA, segue no sentido norte-sul, com uma extensão 4.486 km, passando por 10 estados, tem início no município de Fortaleza, no estado do Ceará, finalizando no município de Jaguarão, no estado do Rio Grande do Sul, fronteira com Uruguai, com uma extensão total de 4.486 km.

Figura 7 – BR-101, início e término



Fonte: Ministério dos Transportes  
Disponível em: [transportes.gov.br](http://transportes.gov.br) 10 ago. 2021.

Figura 8 – BR-116, início e término

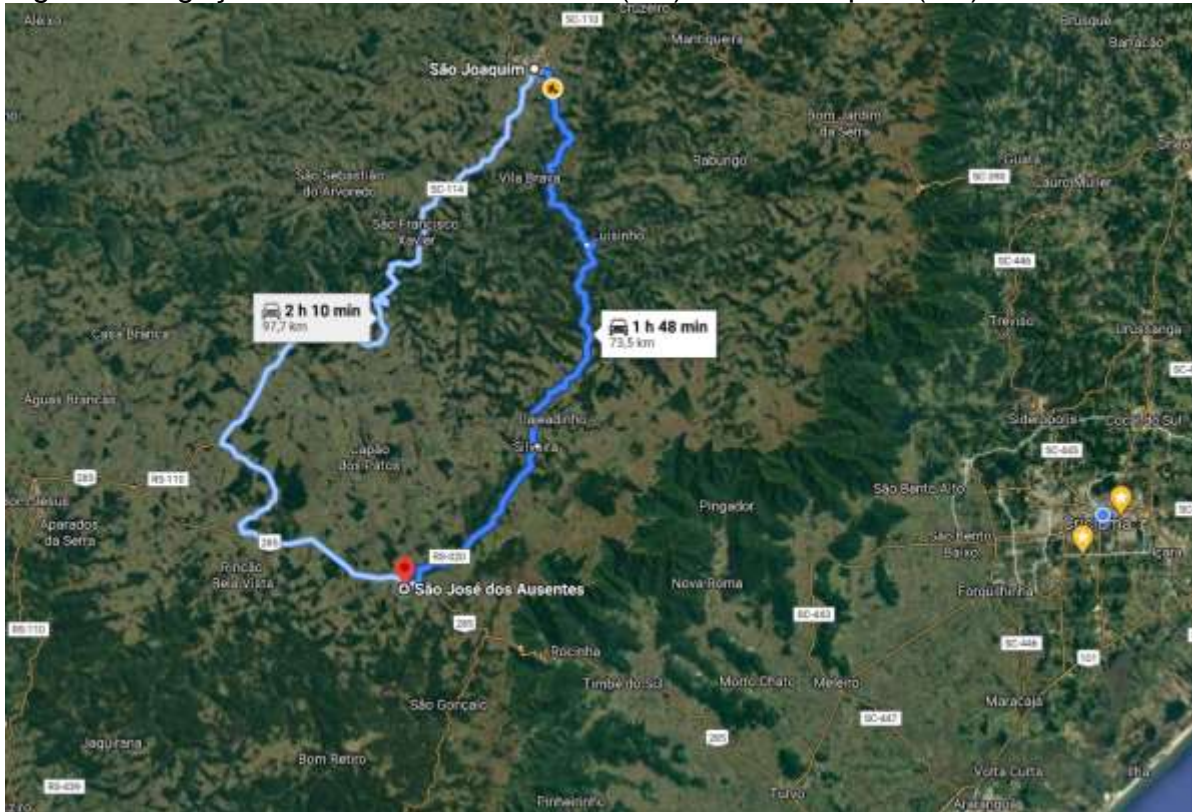


Fonte: Ministério dos Transportes  
Disponível em: [transportes.gov.br](http://transportes.gov.br) 10 ago. 2021.

Junto com as rodovias federais, o município de SJA tem acesso a outras rodovias, no estado do Rio Grande do Sul, ERS 020, rodovia radial, que liga a capital Porto Alegre ao município, rodovia com 213 km de extensão, rodovia asfaltada até o município de Cambara do Sul, o restante da rodovia até a divisa com o estado de Santa Catarina é de terra. A ERS 020 se conecta a rodovia catarinenses SC 110, conectando ao município de São Joaquim. De São José dos Ausentes até o município de São Joaquim, a rodovia tem seu leito de terra.

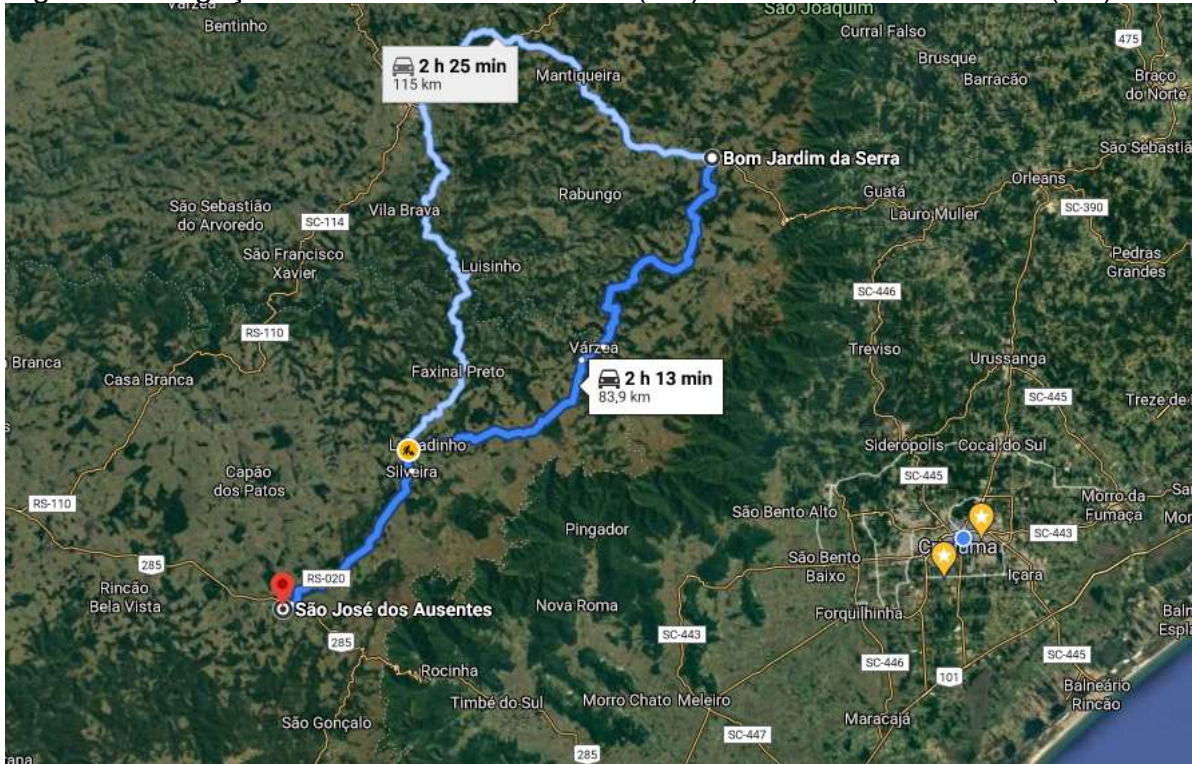
São José dos Ausentes possui ainda mais dois acessos, ambos são de terra, sendo o através da BR 285, acessando a ERS 110, em Bom Jesus (RS) e na sequência a SC 114 chegando ao município de São Joaquim (SC), o outro acesso é acessando a ERS 020 até a distrito de Silveira, no sentido Lajeado e acessando o município de Bom Jardim da Serra utilizando a Rodovia Governador Ivo Silveira, também chamada de Rota dos Cânions, são 83 km de estrada de terra.

Figura 9 - Ligação São José dos Ausentes (RS) a São Joaquim (SC).



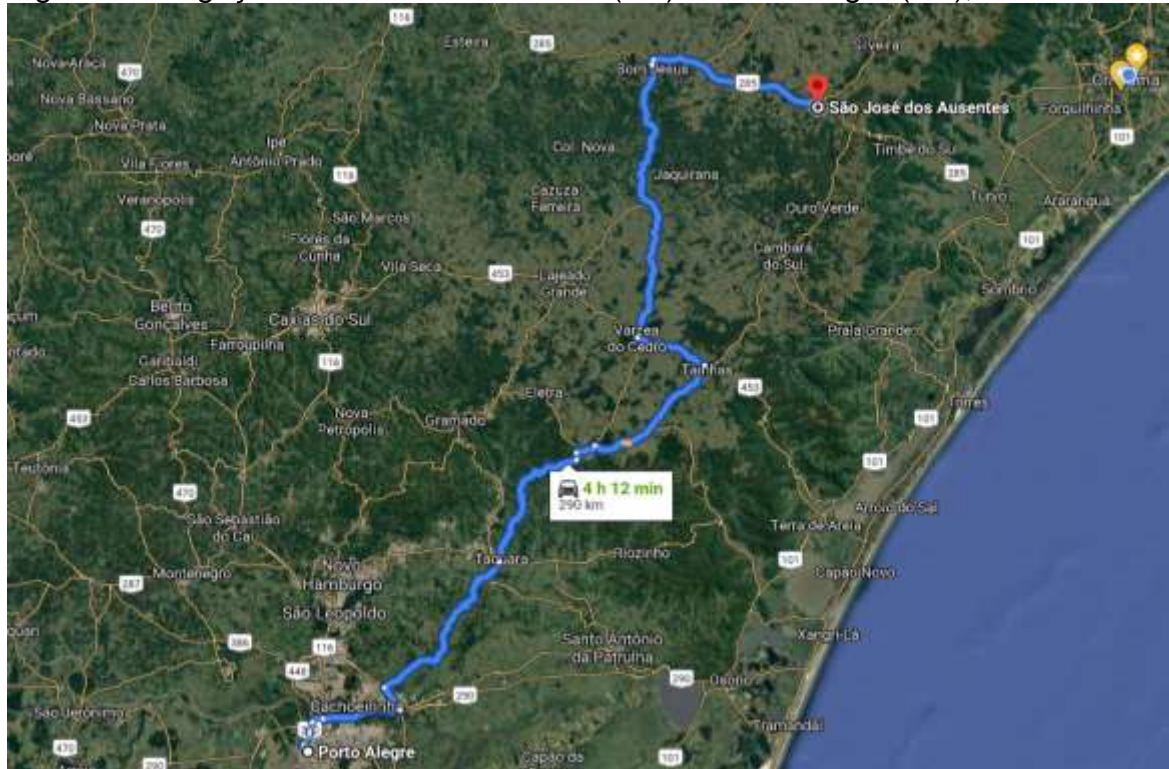
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 10 - Ligação São José dos Ausentes (RS) a Bom Jardim da Serra (SC).



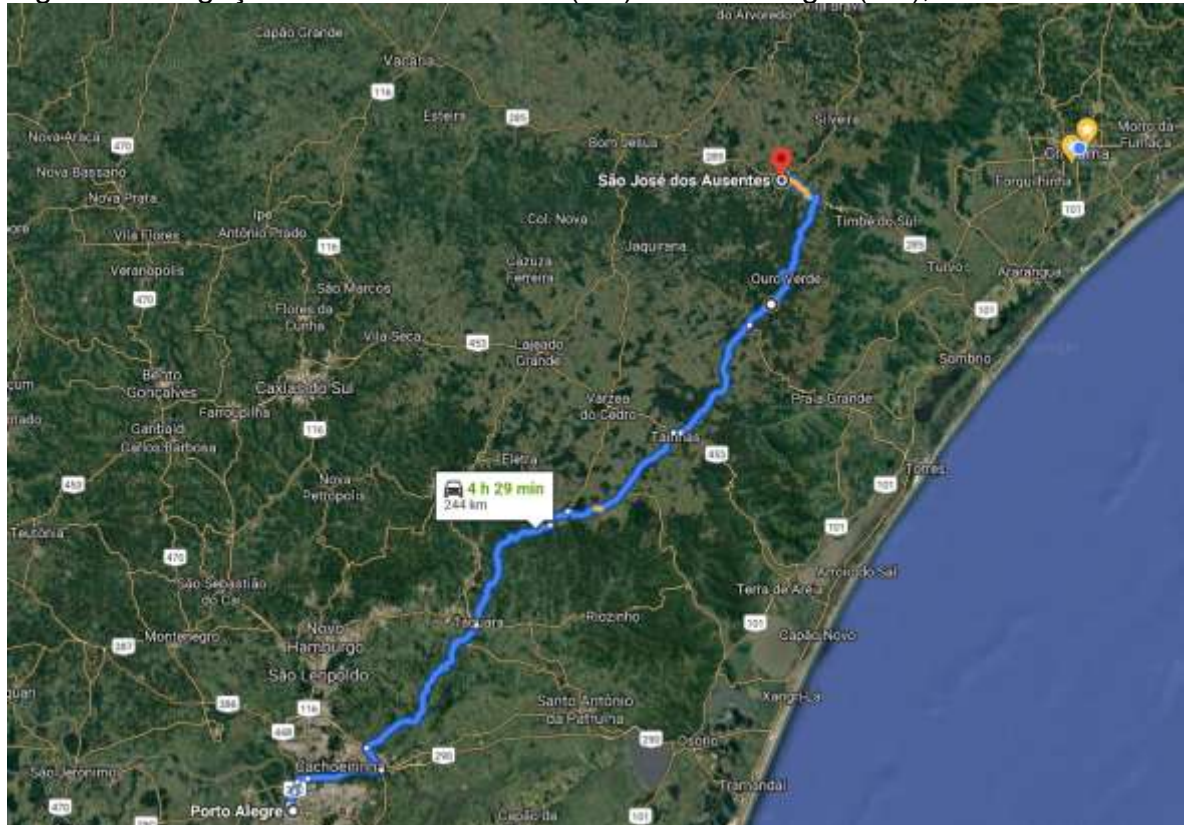
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 11 - Ligação S. José dos Ausentes (RS) a Porto Alegre (RS), via Bom Jesus



Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 12 - Ligação S. J. dos Ausentes (RS) a Porto Alegre (RS), via Cambara do Sul



Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Somando-se aos acessos via terrestre, há aeroportos que permitem aos turistas chegarem a SJA. O aeroporto mais próximo de SJA, no município de Vacaria (RS), a 100 km. O Aeroporto Regional de Vacaria, recém-construído, terá voos três vezes por semana, com destino a capital Porto Alegre, o voo inaugural será realizado dia 01/08/2021.

O principal aeroporto do Rio Grande do Sul é o Aeroporto Internacional Salgado Filho, em Porto Alegre, distante 340km de SJA (via BR 116), com uma média de 92 voos diários (nacionais e internacionais), servindo também como o principal aeroporto de cargas.

O Aeroporto Regional Hugo Cantergiani, fica no município de Caxias do Sul, a maior cidade da região, fica distante de SJA 215km, duas companhias ofertam três voos diários, com destino a São Paulo e Campinas, ambas no estado paulista. A 276 km de SJA está o Aeroporto Lauro Kurtz, de Passo Fundo (RS), recém reformado, recebendo modernização no terminal e obras de ampliação, com três voos diários com destino a Campinas (SP).

Somando-se aos 4 aeroportos do estado do Rio Grande do Sul, há ainda os aeroportos do estado vizinho de Santa Catarina, que por sua proximidade atende também a região dos CCS. A 304 km de SJA está o Aeroporto Internacional Hercílio Luz, na cidade de Florianópolis, com média de 70 voos diários e cargas. Em Jaguaruna o Aeroporto Regional Humberto Ghizzo Bortoluzzi, (144 km de SJA), com um voo diário com destino a cidade de São Paulo. Com um voo diário e também com destino para cidade de São Paulo (SP) está o Aeroporto Correio Pinto, na cidade de Lages (SC), distante de SJA 202km, via BR 116.

Quadro 13 - Aeroportos e distância rodoviária de S.J. dos Ausentes-RS.

Cidade/UF	Aeroporto	Distância SJA
Porto Alegre/RS	Aeroporto Internacional Salgado Filho	340km
Caxias do Sul/RS	Aeroporto Regional Hugo Cantergiani	215km
Passo Fundo/RS	Aeroporto Lauro Kurtz	276km
Vacaria/RS	Aeroporto Regional de Vacaria	100km
Florianópolis/SC	Aeroporto Internacional Hercílio Luz	304km
Jaguaruna/SC	Aeroporto Regional Humberto Ghizzo Bortoluzzi	144km
Lages/SC	Aeroporto Correio Pinto	202km

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do aplicativo Google Maps (2021)

### 4.2.3 Vantagens criadas por investimentos

No que se refere aos investimentos, o município de São José dos Ausentes tem feito basicamente a manutenção das vias, mesmo sendo de terra, a conservação é essencial, devido ao grande fluxo de caminhões que transportam os produtos da região (maça, ameixa, batata, brócolis e gado). Junto com a manutenção das vias a prefeitura fez as placas de indicação dos pontos turísticos e da localização das pousadas, informando sentido e distância.

Ainda como resultado da pesquisa de campo e observação realizada, registra-se que há dois empreendimentos privados em implantação. Trata-se de um pequeno frigorífico para abate de bovinos, com uma capacidade inicial de 64 animais/mês; e uma micro queijaria, com capacidade inicial de processamento de 50 litros/dia. Ambos os empreendimentos estão em fase de registro junto à Secretaria de Agricultura e Secretaria da Fazenda, Administração e Desporto do município de SJA e têm previsão de iniciar as operações em 2022.

Figura 13 – Outdoor no trevo de acesso a sede do município SJA, BR-285



Fonte: Registro fotografico realizado pelo pesquisador (2021)

Figura 14 – Indicação dos pontos turísticos e localidades, acesso a sede do município S. J. dos Ausentes, BR-285.



Fonte: Registro fotografico realizado pelo pesquisador (2021).

Considerando o referencial acerca do desenvolvimento local e as vantagens criados com/por investimentos, percebe-se que há cidades e regiões que têm iniciativas de promoção dos seus lugares e dos seus produtos. Contudo, poucas o fazem tendo como base no marketing territorial. Ademais, há outros elementos, quando muitas apresentam estratégias políticas orientadas para os ciclos eleitorais, ou seja, estratégias a curto prazo.

No caso específico de São Jose dos Ausentes, cabe mencionar, ao término dessa seção, que o turismo local está se consolidando, em especial quanto ao “turismo natural” como o principal apelo para trazer o turista ao município. Há investimentos por parte do governo federal para melhorar os acessos ao município, mesmo as estradas de terra são mantidas e conservadas pela prefeitura.

O município não possui vocação industrial e os investimentos em marketing territorial são baixos, se resumindo a placas de informação. E quanto aos investimentos privados nessa área, os estabelecimentos que ofertam turismo e hospedagem tem suas próprias características, apresentadas na seção a seguir.

### 4.3 ESTABELECEMENTOS PRODUTORES DE CARNE BOVINA E OFERTA DE TURISMO RURAL EM SÃO JOSÉ DOS AUSENTES

Nesta seção buscou-se caracterizar as propriedades e destacar as que produzem bovinos e ofertam turismo rural. O objetivo foi o de identificar e descrever os estabelecimentos produtores de carne bovina de São José dos Ausentes que desenvolvem o turismo rural.

O município de São José dos Ausentes conta com 19 dezenove meios de hospedagem, 06 empreendimentos ofertam somente pernoite com café da manhã, 01 tem a truta como prato principal e 12 estabelecimentos ofertam a carne bovina como prato principal (ver Apêndice B).

Dos dezenoves empreendimento turístico relacionados, somente seis associam a pecuária de corte com o turismo. Pousada Fazenda Potreirinhos, Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues, Pousada Fazenda Monte Negro, Pousada Estância Tio Tonho, Pousada Fazenda Aparados da Serra e Pousada Fazenda Morro da Cruzinha.

A Pousada Fazenda Potreirinhos está a 33,9 km da sede do município de SJA, são 55 minutos por estrada de terra, passando por rios, matas de araucárias e campos nativos. Já foi cenário da minissérie A Casa das Sete Mulheres e da telenovela O Profeta, produzidas pelo Rede Globo (ver figuras 15 e 16).

Os hóspedes tem oportunidade de conhecer durante os passeios no entorno da fazenda, o Cachoeirão dos Rodrigues, com uma queda d'água 28 metros de altura e com 76 metros entre as margens, e também o Desnível dos Rios, uma falha geológica que faz os rios Divisa e Silveira corram lado a lado, sendo que um está a 20 metros acima do outro.

Muito próxima da Pousada Fazenda Potreirinhos, se encontra a Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues, distante 33,6 km da sede do município. Mata de Araucária e campo nativo rodeiam toda propriedade, com acesso também ao desnível dos rios e ao cachoeirão. Os turistas que visitam a propriedade aproveitam toda paisagem com passeio a cavalo e trilhas, que também foram cenário da telenovela O Profeta (ver figuras 17 e 18).

Distante a 38,2 km da sede do município, se encontra a Pousada Fazenda Monte Negro, aproximadamente 56 minutos de estrada de terra até a sede da fazenda,

partindo da sede do município, cercada de mata de Araucária e Campo Nativo, já foi cenário de novelas, tema de programas como Jornal do Almoço (RBS/RS), Bom dia Brasil, Mais Você, Globo Repórter e Globo Esporte com o Rally Mercosul.

A sede da fazenda fica a 5 km do ponto mais alto Rio Grane do Sul, o Pico Monte Negro, que dá nome a fazenda. (ver figuras 19 e 20).

Pousada Estância Tio Tonho, caminho dos tropeiros no sentido serra abaixo, distante 39,6 km da sede do município, não diferente das demais pousadas já foi utilizada como cenário de telenovelas, programas de TV. Os turistas, no lombo do cavalo, têm a oportunidade de conhecer os cânions Monte Negro, Funil, Boa Vista, Coxilha e Catedral, da borda dos cânions é possível avistar o mar. Com arroios, gralhas, cachoeiras e lida de campo com o gado, a Pousada Estância Tio Tonho encanta de produtores a turistas. (ver figuras 21 e 22).

A Pousada Fazenda Aparados da Serra fica na estrada que leva aos cânions e pico Monte Negro, a visitação a cavalo dos cânions Funil, Boa Vista, Coxilha e Catedral é a principal atração. A fazenda já foi cenário das telenovelas Além do Tempo, A Casa das Sete Mulheres e O Profeta. Distante da sede do município 39,7 km, pouco mais de uma hora pelas estradas de terra. A propriedade é cercada de mata de Araucária e Campo Nativo, com lagos e cachoeiras para o bom descanso dos turistas. (ver figuras 23 e 24).

É na Pousada Fazenda Morro da Cruzinha que se encontra um dos marcos históricos mais antigos da região dos Campos de Cima da Serra, a Cruz Missioneira, data de 1727, colocada no topo de uma coxilha pelos Padres Jesuítas. A sede da fazenda fica a 42,7 km da sede do município, pouco mais de uma hora pelas estradas de terra. A passagem do gado para o litoral catarinenses era por estas terras. As matas de Araucária são mais escassas e baixas, devido a camada de terra ser superficial e o vento forte, o campo nativo predomina, quanto mais perto dos cânions. (ver figuras 25 e 26).

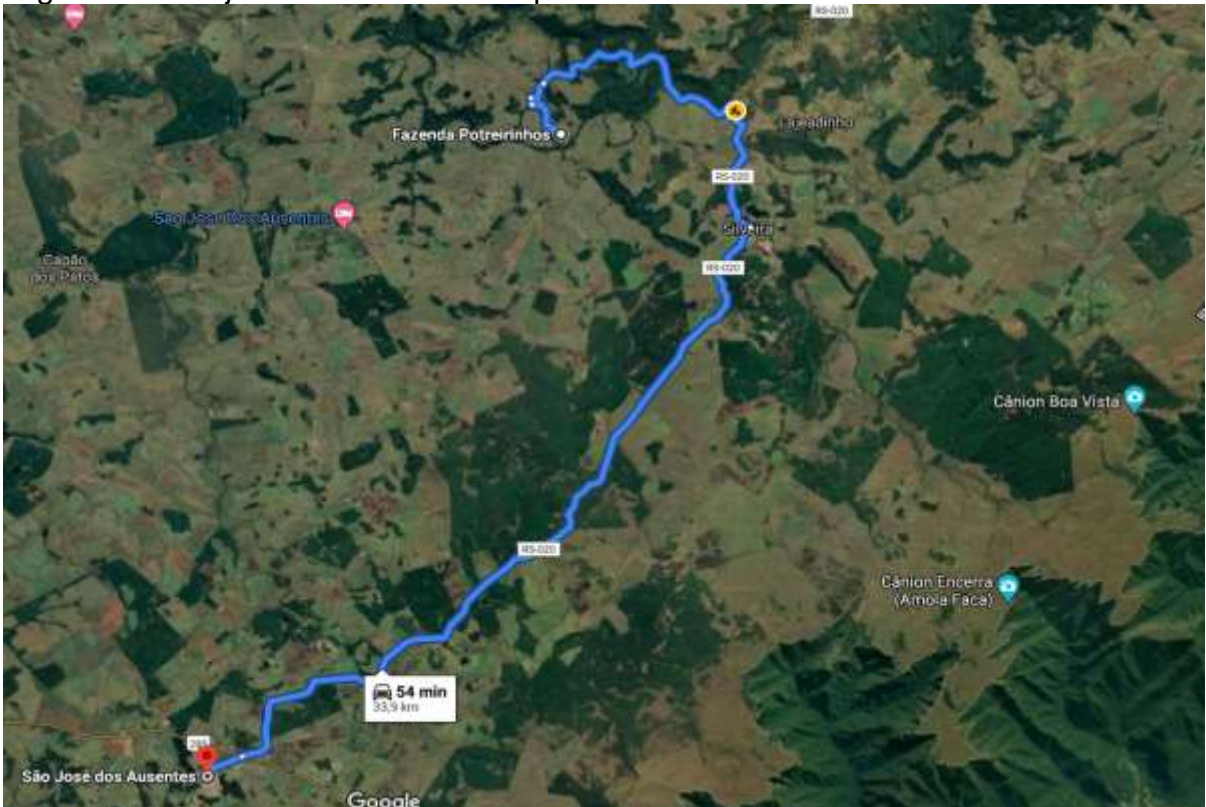
Já foi utilizada como cenários de novelas e minisséries, os amantes das caminhadas que sobem pela serra da Veneza passam por estas terras. Entre tantos cânions se destacam os cânions da Cruzinha, das Tigras e Monte negro.

Figura 15 – Sede da Pousada Fazenda Potreirinhos, S. J. dos Ausentes-RS, 2020.



Fonte: Registro de autoria da Pousada Fazenda Potreirinhos (2021)

Figura 16 – Trajeto da sede do município até a sede da Pousada Fazenda Potreirinhos.



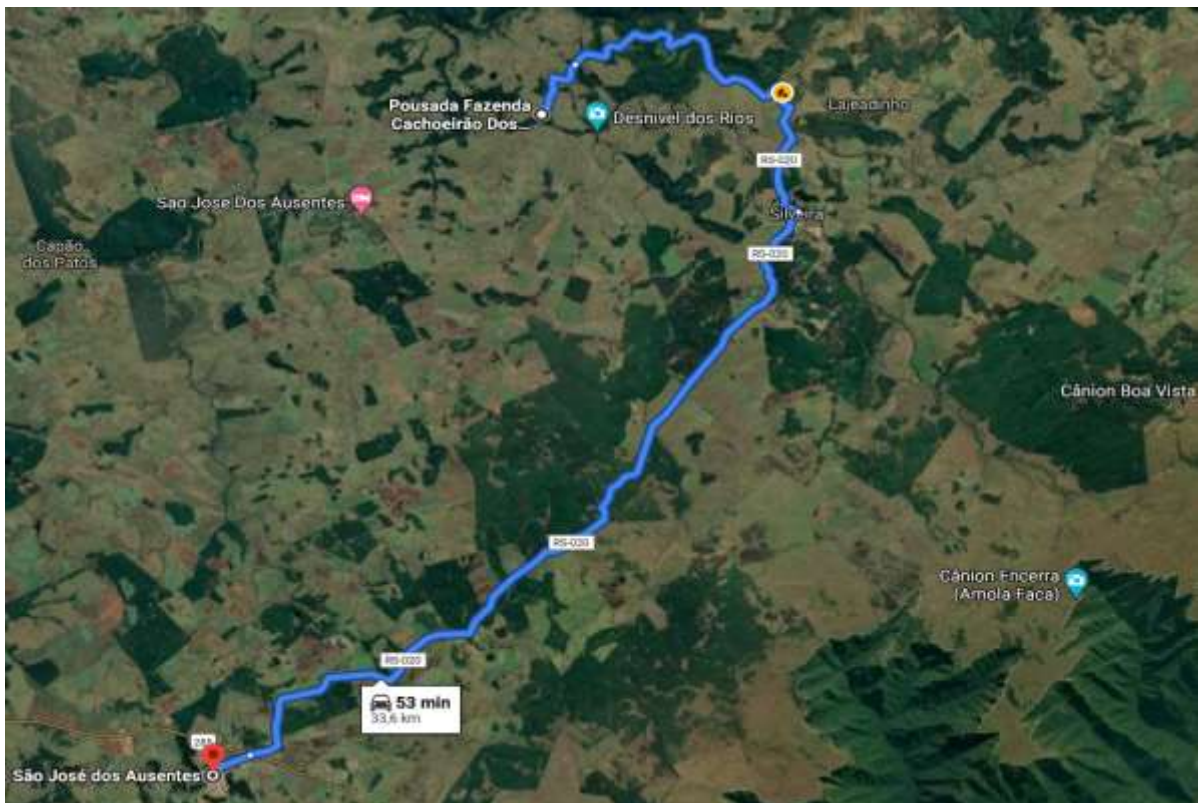
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 17 – Sede da Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues, S. J. dos Ausentes-RS



Fonte: Registro de autoria da Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues (2021).

Figura 18 – Trajeto da cidade de S. J. Ausentes até a Pousada Faz. Cachoeirão dos Rodrigues



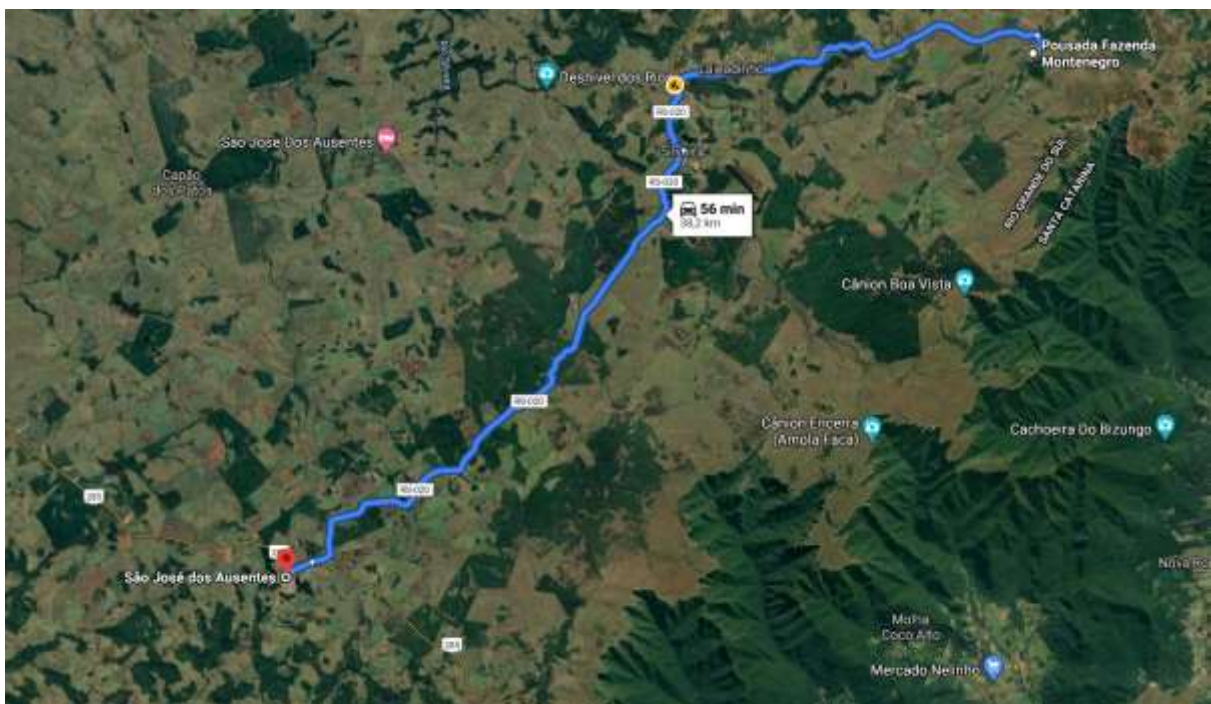
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 19 – Sede da Pousada Fazenda Monte Negro, S. J. dos Ausentes-RS



Fonte: Registro de autoria da Pousada Fazenda Monte Negro (2020).

Figura 20 – Trajeto da cidade de S. J. dos Ausentes até a Pousada Fazenda Monte Negro



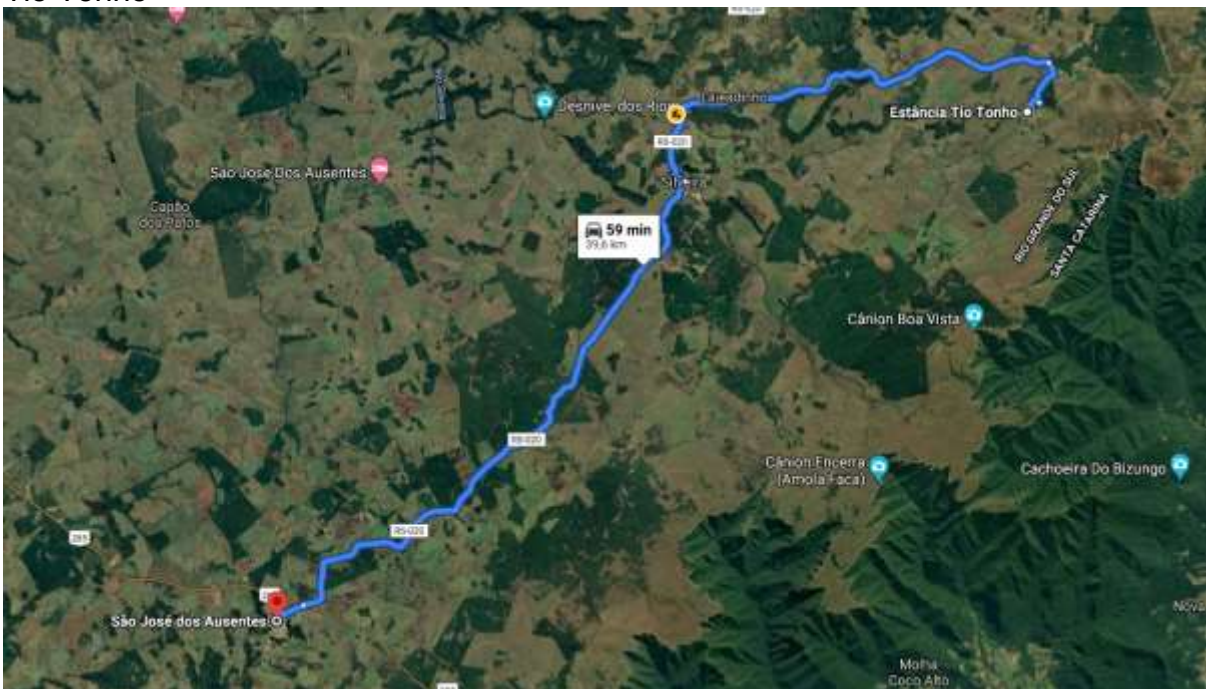
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 21 – Imagem da sede da Pousada Estância Tio Tonho.



Fonte: Registro de autoria da Pousada Estância Tio Tonho.

Figura 22 – Trajeto da sede do município até a sede da sede da Pousada Estância Tio Tonho



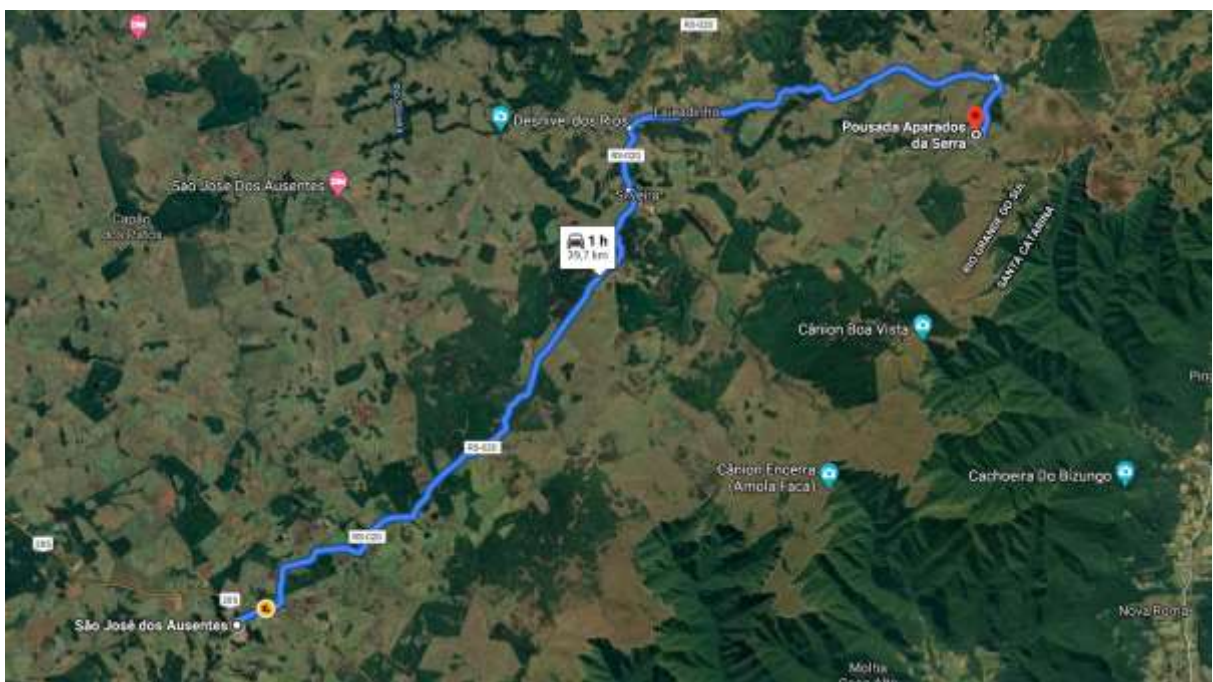
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 23 – Imagem da sede da Pousada Fazenda Aparados da Serra.



Fonte: Registro de autoria da Pousada Fazenda Aparados da Serra

Figura 24 – Trajeto da cidade de S. J. dos Ausentes a Pousada Fazenda Aparados da Serra



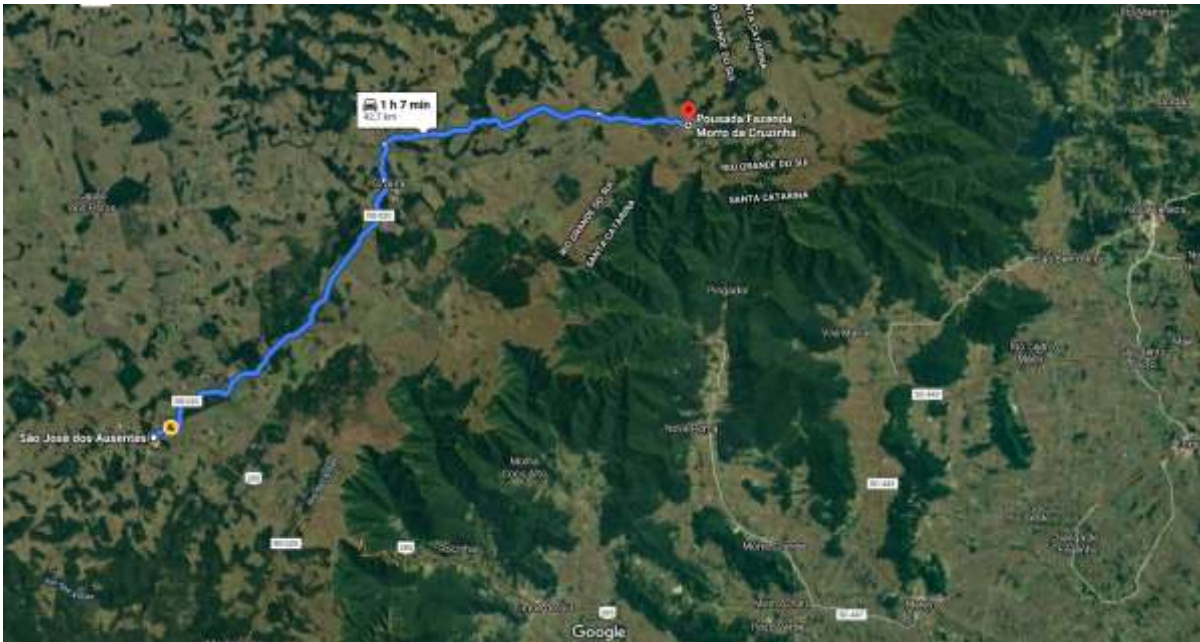
Fonte: Adaptado de Google Maps®, 2021.

Figura 25 – Sede da Pousada Fazenda Morro da Cruzinha e Cruz Missioneira, SJA-RS, 2020.



Fonte: Registro de autoria da Pousada Fazenda Morro da Cruzinha

Figura 26 - Imagem do Google Maps do trajeto da sede do município até a sede da Pousada Fazenda Morro da Cruzinha.



Fonte: Adaptado de *Google Maps*®, 2021.

Quadro 14 - Síntese das informações dos empreendimentos observados na pesquisa.

Empreendimento	Localização	Endereço	Site	Serviços Ofertados
<b>Pousada Fazenda Potreirinhos</b>	-28.602670, -49.978857	Estrada Fazenda Potreirinhos	<a href="http://www.fazendapotreirinhos.com.br/">http://www.fazendapotreirinhos.com.br/</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, mirante do desnível de rios, gastronomia típica
<b>Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues</b>	-28.601979, -49.990787	Fazenda Lageadinho – Silveira	<a href="https://www.instagram.com/explore/locations/1034206676/cachoeirao-dos-rodrigues/">https://www.instagram.com/explore/locations/1034206676/cachoeirao-dos-rodrigues/</a>	Hospedagem completa, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
<b>Pousada Fazenda Monte Negro</b>	-28.595181, -49.815865	Estrada do Monte Negro – Silveira	<a href="http://www.fazendamontenegro.com.br">www.fazendamontenegro.com.br</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
<b>Pousada Estância Tio Tonho</b>	-28.604162, -49.821517	Estrada do Monte Negro – Silveira	<a href="https://www.estanciatiotonho.com.br/">https://www.estanciatiotonho.com.br/</a>	Hospedagem completa, passeio a cavalo através de trilhas, trilhas a pé, gastronomia típica da região.
<b>Pousada Fazenda Aparados da Serra</b>	-28.606644, -49.821322	Estrada do Monte Negro – Silveira	<a href="https://www.instagram.com/pou sadaaparadosdaserra/">https://www.instagram.com/pou sadaaparadosdaserra/</a>	Passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
<b>Pousada Fazenda Morro da Cruzinha</b>	-28.595383, -49.764292	Estrada do Chapadão – Silveira	<a href="https://www.instagram.com/pou sadamorrodacruzinha/">https://www.instagram.com/pou sadamorrodacruzinha/</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, mirante da cruz, trilhas a pé ou de bike, roteiro 4X4, gastronomia típica

Fonte: Elaboração própria.

#### 4.3.1 Discussão acerca dos resultados e as propriedades que desenvolvem atividades ligadas ao consumo de carne bovina

Com a pesquisa realizada junto ao referencial, constatou-se que a forma como muitos destinos (municípios ou regiões), desordenadamente, comercializam o patrimônio local e gastronômico, pode afetar decisivamente a comunidade. Por exemplo, se uma ilha paradisíaca do pacífico sul cercada de frutos do mar decidisse

promover o consumo de carne bovina em seus resorts, em nada estaria contribuindo para o marketing territorial e turismo gastronômico daquele lugar. Nesse sentido, toda e qualquer definição estratégica de desenvolvimento turístico de lugar aliado ao marketing territorial, precisar levar em conta o(s) fator(res) local(is), sendo necessário considerar a escolha de pratos tradicionais, os quais tenham relação com a história e cultura da comunidade local.

Na pesquisa realizada para essa dissertação, com observação nas propriedades, foi possível ponderar que um destino, para ser considerado destino gastronômico, deve oferecer não só os produtos turísticos diferenciados/originais e de boa qualidade, mas um “pacote” de outros atrativos de produtos e serviços que sustentem o turismo e, por consequência, o desenvolvimento local.

No caso dos CCs e de SJA, a utilização do marketing territorial pode não só consolidar a carne bovina como produto turístico incremental – tornando-a mais visível para os hóspedes das pousadas (e futuros clientes, consumidores do produto carne bovina) – mas também a criação de uma identidade por parte dos moradores e empreendedores do lugar.

O marketing territorial busca a criação de uma identidade nas pessoas, por intermédio de um “sentido de pertencimento” do produto ao local. Outro elemento a destacar é que o marketing territorial pode criar novos produtos e potencializar outros (queijo serrano, produtos em couro, artesanatos ou utensílios para churrasco, por exemplo) uma vez que a carne bovina é o principal produto.

Quanto às propriedades observadas, a pesquisa foi aplicada em 2 (duas) das 6 (seis) propriedades que têm como atividade a bovinocultura e o turismo: Pousada Fazenda Potreirinhos e Pousada Estância Tio Tonho. As duas propriedades são administradas pelos proprietários, não possuem funcionários contratados, sendo todas as atividades realizadas pela família.

A escolha destas propriedades deu-se por dois motivos, o primeiro motivo foi escolher as pousadas que ficavam perto dos principais pontos turísticos do município. A Pousada Fazenda Potreirinhos fica próxima ao Cachoeirão dos Rodrigues e do Desnível dos Rios e a Pousada Estância Tio Tonho fica próximo do Pico Montenegro e dos cânions. O segundo motivo foi a condição sanitária, estabelecida pelo município devido a Pandemia do Coronavírus (Covid-19), impossibilitando a visita e aplicação da pesquisa nos demais estabelecimentos.

Como apontado anteriormente, a Pousada Fazenda Potreirinhos está a 33,9 km da sede do município de SJA, para quem sai de SJA, tomando a rodovia estadual ERS 020, no sentido São Joaquim, até o km 25,1, em seguida entra a esquerda e por mais 8,8 km de estrada para chegar à sede da pousada, todo percurso é em estrada de terra. A criação da fazenda ocorreu em 1889, após a compra de parte do Faxinal dos Potreirinhos, são 450 hectares, mata de araucária, campo nativo e lavoura.

Desde então tem tido como atividade principal a pecuária, em 1997 iniciou como pousada, com 02 cabanas e 06 quartos com suíte. As reservas são realizadas via e-mail ou aplicativo WhatsApp, a internet é via rádio e não tem telefonia fixa, somente na sede do município tem telefone fixo e internet fibra ótica.

Pousada Estância Tio Tonho, já foi o caminho dos tropeiros no sentido serra abaixo, a 39,6 km da sede do município, seguindo pela rodovia estadual ERS 020 por 24 km, entrando a direita, no sentido Bom Jardim da Serra, por mais 15,6 km, todo o trajeto de estrada de terra. Passando pelos campos nativos, rios, matas de araucárias e acompanhado por alguns quilômetros pelas taipas de pedras. A criação da fazenda ocorreu em 1880, o início como pousada ocorreu em 2017. A “lida de campo” com o gado é a principal atividade da propriedade e a principal fonte de renda, a pousada possui 06 quartos para os hóspedes.

Após a apresentação e descrição das propriedades, ao término deste capítulo cabe uma reflexão acerca das possibilidades de contribuição das mesmas no desenvolvimento local e incremento do turismo e marketing territorial.

Do ponto de vista do desenvolvimento Local, autores do referencial estudado – Coccossis, Janssen, Kiers (1991); Albuquerque (1997b) e Vázquez-Barquero (1996) – e em especial Vitte (2006), alegam que o desenvolvimento econômico local pode ser determinado por um composto de recursos e procedimentos, e que desta forma o desenvolvimento local assume variadas dimensões e significados. Jara (1997), por sua vez, defende o chamado desenvolvimento local sustentável, cujas prerrogativas o aproximam do desenvolvimento sustentável e das dimensões do Ecodesenvolvimento: social; econômica; ecológica; cultural; e espacial.

Teóricos do Ecodesenvolvimento, como Ignacy Sachs (1981; 1993), propõem um conceito de sustentabilidade para o desenvolvimento, a fim de

desenvolver as condições de vida das comunidades humanas e, ao mesmo tempo, respeitar as limitações dos ecossistemas.

Sachs (2001), orienta que não se pode ser rigoroso em épocas de mudanças, deve-se aceitar um planejamento para o ecodesenvolvimento, que contemplem algumas das dimensões de sustentabilidade: social, com criação de postos de trabalho; econômica, com um fluxo regular de investimento público e privado; ecológica que visa o aumento da capacidade de recursos naturais, limitando o uso de recursos não-renováveis ou ambientalmente prejudicáveis; espacial que se volta para uma configuração rural-urbana mais equilibrada; e cultural que enfatiza as raízes endógenas, respeitando a continuidade das tradições culturais e a pluralidade das soluções particulares.

As dimensões supracitadas, por sua vez, abarcam o território que, apesar de suas características regionais, não pode se dissociar de um mundo globalizado em setor dinâmico como o do turismo. Aqui reitera-se a reflexão de Veltz (1996), para quem a globalização atribui um novo valor ao lugar. Em tal cenário as cidades e regiões ganham protagonismo, devendo traçar uma estratégia em relação as regiões com semelhança. Reforça-se a prerrogativa de que países, regiões e cidades podem ser vendidos como um produto e, portanto, seria necessário gerir e projetar um local de forma sustentável, promovendo e valorizando o território.

Por fim, considerando todas as informações coletadas e o referencial, constata-se como fundamental para o turismo em São José dos Ausentes, que empresários (proprietários ou não dos estabelecimentos turísticos) e poder público se unam de forma a desenvolverem estudos e ações com objetivo de destacar a carne bovina como um produto turístico histórico, cultural e gastronômico integrante daquele território. Estratégias como as recomendadas por Veltz (1996), duráveis e semelhantes, que no caso de SJA, podem ser planejadas e executadas utilizando como exemplo Gramado, Canela e Bento Gonçalves (localizadas igualmente no RS) que desenvolveram seus municípios como um produto, além da criação de atrativos turísticos e indicação geográfica do vinho.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, a compilação de dados, informações e registros (relatos e imagens) se propôs a subsidiar uma ligação entre o marketing territorial e a carne bovina, como perspectiva de desenvolvimento local e incremento no turismo de lugar, rural e gastronômico do Município de São José dos Ausentes, nos Campos de Cima da Serra.

Foram aplicadas no estudo as categorias de desenvolvimento, dividido em três grupos - Aproveitamento de Recursos Naturais Básicos, Localização e Vantagens Criadas por Investimentos.

A aplicação das categorias de desenvolvimento permitiu atender ao objetivo geral ao longo dos capítulos, bem como os objetivos específicos, cujas considerações estão descritas a seguir.

O primeiro objetivo específico foi compilar os dados socioeconômicos da atividade de bovinocultura nos Campos de Cima da Serra, bem como dados e imagens do território, rebanho e propriedades. Este objetivo foi atingido por meio da pesquisa documental, trazendo informações sobre os CCS, do estado do RS e do Brasil, além de registros do pesquisador.

Pode-se afirmar que a atividade de bovinocultura no Brasil, vem apresentando crescimento considerável, de 92.495.364 cabeças em 1974 para 214.893.800 em 2019, colocando o Brasil como maior produtor e exportador mundial, o crescimento só se tornou possível devido as novas regiões de produção, como o centro oeste. O estado do RS teve seu ápice de rebanho em 2004, com 14.669.713 cabeças, em 2019 o rebanho total do estado foi de 11.968.216.

Cabe lembrar que o estado gaúcho, em especial nas fronteiras Sul e Oeste e nos Campos de Cima da Serra, possui uma bovinocultura diferenciada, produzindo raças britânicas e criadas a campo nativo, em detrimento da maioria dos demais estados brasileiros, que criam gado confinado e de raças zebuínas.

Em 1980 o CCS tinha um rebanho de 470.966 cabeças, já em 2019 o rebanho registrado foi de 362.566 cabeças, o município de SJA apresenta em 1993 (um ano após a emancipação) rebanho total de 50.200 cabeças, em janeiro de 2021 o rebanho total era de 59.454 de bovinos.

Tendo em vista estes dados, reitera-se que a vocação da bovinocultura de SJA não reside na expansão irrestrita do rebanho, mas sim, no aproveitamento de tais características peculiares que propiciem agregar valor à bovinocultura, cercando-a dos chamados “serviços associados”.

O segundo objetivo específico foi promover um levantamento, do ponto de vista do desenvolvimento local, dos fatores da exploração de vantagens específicas na produção de carne e serviços associados. Como resultado foi possível identificar o potencial da carne como atrativo turístico, pois já ocorre investimento no turismo para divulgação dos atrativos naturais do município. Falta aos atores sociais utilizarem o produto carne como um atrativo turístico.

As propriedades não trabalham a carne como “atrativo turístico”, o que resulta no fato que os turistas que visitam SJA não vem pela experiência da carne, mas sim pelos atrativos turístico naturais e pelo clima. Os turistas só têm a experiência com a carne após estarem hospedados em algumas pousadas, e só tem conhecimento após questionarem os proprietários sobre a carne servida. Constatou-se que não há um planejamento estratégico específico com apoio de ferramentas de marketing territorial que propiciem a valorização ou a diferenciação do produto.

O terceiro objetivo específico foi identificar e descrever os estabelecimentos produtores de carne bovina de SJA que desenvolvem o turismo rural. Como resultado foram identificados os estabelecimentos produtores e que desenvolvem o turismo rural, foram identificadas 06 (seis) propriedades com este perfil e foi aplicada a pesquisa em 02 (dois) desses estabelecimentos.

Por fim, o quarto objetivo específico promover uma observação analítica das propriedades que desenvolvem atividades turísticas ligadas ao consumo de carne bovina *in loco*. Entende-se que este objetivo também foi alcançado, por meio de visitas e observação pode-se analisar como as propriedades trabalham a experiência do turista.

Ao analisar as propriedades percebeu-se que as ações de marketing são ainda insipientes, sendo que as únicas ações de marketing existentes são realizadas pela secretaria de turismo, e mesmo assim de forma muito limitada. Os turistas que estavam na pousada nos dias da pesquisa receberam indicação ou estavam pesquisando o lugar. Não há investimento em marketing, os turistas vão aos pontos turísticos naturais e depois buscam um lugar para hospedar-se.

Se faz necessário a elaboração e planejamento de um plano de marketing para São José dos Ausentes, com estratégias de médio e longo prazo de divulgação de seus produtos e serviço, para o fomento do turismo e da carne como atrativo turístico.

Haveria ainda a possibilidade de buscar a indicação geográfica, como mostra de qualidade, as indicações geográficas são capazes de agregar valor, qualificar os serviços e produtos, e gerar desenvolvimento, com produtos e serviços que possuem forte conexão com o local de origem e com as tradições.

Reforça-se, que as estratégias de uso da indicação geográfica podem conferir aos bens, serviços e produtos agroalimentares de base territorial maior competitividade e até mesmo a possibilidade de inserção diferenciada no âmbito do mercado.

Por fim, verificou-se ao longo deste trabalho que existe um potencial considerável para São José Ausentes com o marketing territorial e a carne bovina como produto turístico incremental, gerando desenvolvimento e valor, contribuindo para a criação de um destino autêntico, que preserva suas tradições, sua cultura e oferece experiências memorais aos visitantes.

## REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HEREFORD E BRAFORD (ABHB). **A Raça Braford No Brasil**. 2021 Disponível em: <https://www.abhb.com.br/as-racas/braford/> . Acesso em: 08 fev. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BRANGUS (ABB). **A Raça Brangus**. 2021. Disponível em: <https://www.brangus.org.br/raca-brangus/>. Acesso em: 08 fev. 2021.
- ALBURQUERQUE, F. El proceso de construcción social del territorio para el desarrollo económico local, **Serie Ensayos. LC/IP/R.180**. ILPES-CEPAL. 1997b.
- AMBROSINI, L. B.; DE ANDRADE M. L.; FILIPPI, E. E. Evolução e diferenciação dos sistemas agrários nos Campos de Cima da Serra: origem dos pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. **Desenvolvimento e Meio ambiente**, v. 26, 2012.
- AMBROSINI, L. B.; FILIPPI, E. E. Sistema agroalimentar do queijo serrano: estratégia de reprodução social dos pecuaristas familiares no sul do Brasil. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE LA RED SIAL**. 2008. p. 1-24.
- ANDRADE, A. D. S. **Os recursos estratégicos territoriais e o desenvolvimento de vantagens competitivas para a região dos campos de cima da serra/RS**. 2014.
- APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- ATLAS SOCIOECONÔMICO DO RIO GRANDE DO SUL. **Secretaria de Planejamento, Orçamento e Gestão. Departamento de Planejamento Governamental**. – 4. Ed. – Porto Alegre, 2019. Disponível em <https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/inicial>
- ATLAS SOCIOECONÔMICO DO RIO GRANDE DO SUL. **Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão. Departamento de Planejamento Governamental**. – 6. Ed. – Porto Alegre, 2021. Disponível em <https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/inicial>
- BARBOSA, F. D. **A história do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: EST, 1995.
- BARBOSA, F. D. **História do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: EST, 1976.
- BARBOSA, F. D. **Vacaria dos pinhais**. Porto Alegre: EST; Caxias do Sul: UCS, 1978.
- BARCELLOS, J. O. J.; LISBINSKI, E.; BOITO, B.; OLIVEIRA, T. E. de. **Bovinocultura de corte: cadeia produtiva & sistemas de produção**. 2. Ed. Agrolivros, 2019.
- BARCELLOS, J. O. J.; OAIGEN, R. P. (Org.). **I Cadeia produtiva: da carne bovina e os sistemas de produção na bovinocultura de corte**. In: OAIGEN, Ricardo Pedroso *et al* (Org.). **Gestão na bovinocultura de corte**. Cap. 1. p. 21-41. Guaíba: Agrolivros, 2014.
- BARCELLOS, J. O.J; OLIVEIRA, T. E. de; MARQUES, C. S. Cadeia produtiva da carne bovina: alternativas para a integração. In: **XII Jornada NESPRO e III Simpósio**

**Internacional Sobre Sistemas de Produção de Bovinos de Corte**, 12., Porto Alegre, 2017.

BARQUERO, A. V. *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Pirámide. Madrid, 1988.

BARQUERO, A. V. **Política Económica Local: la respuesta de las ciudades a los desafíos del ajuste productivo**. Madrid: Ediciones Pirámide, 1993.

BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Fundação de Economia e Estatística, 2001.

BATALHA, M. O. **Gestão Agroindustrial**. 3ª ed. 800p. São Paulo: ATLAS, 2007.

BEBBER, A. M. C.; MENASCHE, R. Turismo rural e alimentação, identidade e patrimônio: um olhar sobre os Campos de Cima da Serra em tempos de nostalgia. **Revista de Economia Agrícola**, v. 58, n. 1, 2014.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. Senac, 2019.

BENKO, G. A recomposição dos espaços. **Interações (Campo Grande)**, v. 1, n. 2, 2016.

BERTELLI, J. Sistema agroalimentar local da pecuária bovina de corte dos Campos de Cima da Serra e a visão baseada em recursos: **ativos territoriais e a obtenção de vantagem competitiva**. 2018.

BIZOTTO, B. L. S. Caracterização da cadeia produtiva de pequenas frutas nos Campos de Cima da Serra sob a ótica da produção e comercialização. 2014.

BONIFACE, P. **Tasting tourism: Travelling for food and drink**. Routledge, 2017.

BOSONA, T.; GEBRESENBET, G. **Food traceability as an integral part of logistics management in food and agricultural supply chain**. *Food Control, Guildford*, v. 33, n.1, p.32-48, 2013.

BOZIKI, D. M.; BINKOWSKI, P.; HERNANDEZ, A. R. C. A política de desenvolvimento territorial e os instrumentos de ação pública no território rural Campos de Cima da Serra, Rio Grande do Sul. **Estudos: sociedade e agricultura**. Rio de Janeiro, RJ. Vol. 27, n. 2 (jun./set. 2019), p. 308-327, 2019.

BRASIL. EMBRATUR. (Org.). **Relatório de Gestão do Exercício de 2018**. 2019. Disponível

em:<[http://www.embratur.gov.br/lai\\_embratur\\_secom/export/sites/lai/galerias/download/Relatorio-de-Gestao-2018-2.pdf](http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/sites/lai/galerias/download/Relatorio-de-Gestao-2018-2.pdf)>. Acesso em: 09 jan. 2020.

BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. **Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de**

**1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.** Disponível em: <[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm)>. Acesso em: 09 jan. 2020.

BRASIL. Mtur Ministério do Turismo. Plano de Desenvolvimento Territorial do Turismo (org.). **Mapa do Turismo Brasileiro: categorização dos municípios.** Categorização dos Municípios. 2019. Relatório de Categorização. Disponível em: [http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/RELATORIO\\_CATEGORIZACAO\\_2019-Portal.xls](http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/RELATORIO_CATEGORIZACAO_2019-Portal.xls) . Acesso em: 15 fev. 2021.

CABUGUEIRA, A. C. C. M. Do desenvolvimento regional ao desenvolvimento local. Análise de alguns aspectos de política económica regional. **Gestão e Desenvolvimento**, n. 9, p. 103-136, 2000.

CAMPEÃO, P. **Sistemas locais de produção agroindustrial: um modelo de competitividade.** 2004.

CARVALHO, D. G. de. **A influência dos custos de transação na cadeia produtiva de frutas vermelhas orgânicas da Região dos Campos de Cima da Serra (RS).** 2019.

COCCOSSIS, F. L.; JANSSEN, H.; KIERS, M. *Tourism and Strategie Development. Research Memorandum*, v. 1991, p. 98, 1991.

CORRÊA, C. C. **Análise do processo de implantação da atividade do turismo e as possibilidades de desenvolvimento regional e local: o caso de Costa Rica-MS.** 2009.

CORRÊA, C. C.; MARIANI, M. P. A. A importância da atividade do turismo no espaço rural para o desenvolvimento regional e local. **Revista Científica da Ajes**, v. 2, n. 4, 2011.

COSTA, L. **História da criação de gado no Rio Grande do Sul.** Stravaganza, 28 maio, 2011. Disponível em: <<https://stravaganzastravaganza.blogspot.com/2011/05/leopoldo-costa-o-gado-bovino-foi.html>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

CRUZ, F. T. da. Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: **um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra–RS.** 2012.

D’ALEXANDRIA, M. A. B. **O Marketing Territorial nas Indicações Geográficas: um estudo da denominação de origem Vale dos Vinhedos.** Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2015. 128f.

DANNA, M. F.; MATOS, M. A. **Aprendendo a observar.** São Paulo: Edicon, 2006.

DOS ANJOS, F. S.; DA SILVA, F. N.; CALDAS, N. V. Indicações geográficas, capital social e desenvolvimento territorial. **Redes (St. Cruz Sul, Online)**, v. 25, n. 2, p. 721-743, 2020.

- FERRAZ, J.B.S.; FELÍCIO, P.A. Production systems: An example from Brazil. **Meat Science**, London, v. 84, p. 238-243, 2010.
- FERRO, R. C.; REJOWSKI, M. Metodologia da Pesquisa em Gastronomia no Campo Científico do Turismo/*Research Methodology in Gastronomy in the Scientific Field of Tourism*. **ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 3, 2020.
- FIELDS, K. *Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors*. In: **Tourism and gastronomy**. p. 50-64. Routledge, 2003.
- FLORES, M. **História do Rio Grande do Sul**. Nova Dimensão, 1997.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FURTADO, C. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Paz e Terra, 1984.
- GAIO, S. e GOUVEIA, L. **O Branding Territorial: uma abordagem mercadológica à Cidade**. Revista A Obra Nasce. Edições UFP, 2007.
- GIGUET-COVEX, C.; PANSU, J.; ARNAUD, F.; REY, P.J. **Long livestock farming history and human landscape shaping revealed by lake sediment DNA**. Nature, v. 5, n. 1, p. 1-7, 2014.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6º Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GILBERT, D. *Rural tourism and marketing: Synthesis and new ways of working*. **Tourism Management**, v. 10, n. 1, p. 39-50, 1989.
- GILLESPIE, J.; SITIENEI, I.; BHANDARI, B.; SCAGLIA, G. Grass-Fed Beef: How is it Marketed by US Producers? **International Food and Agribusiness Management Review**, College Station, v. 19, n. 2, 2016.
- GODARD, O. *Environnement Soutenable et Développement Durable: Le modèle néo-classique en question*. **Paris: Environnement et société**, v. 91, 1991.
- GOMES, P. M. P. L. **Marketing Territorial e desenvolvimento: o futuro das cidades. Avaliação dos planos estratégicos territoriais: Coimbra e Chaves**. 2015. Dissertação de Mestrado.
- GOMES, S. A. C. **A importância dos novos media para a elaboração de uma estratégia de marketing territorial**. 2012. Tese de Doutorado.
- GRUNERT, K. G.; HIEKE, S.; WILLS, J. *Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use*. **Food Policy**, Guildford, v. 44, p. 177-189, 2014.
- HALL, C. M.; SHARPLES, L. *The consumption of experiences or the ce of consumption? introduction to the tourism of taste*. **Food tourism around the world**, v. 1, 2004.

HARVEY, D. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio.** Espaço & Debates. São Paulo: NERU, n.39, 1996.

HERNANDEZ, R. D. *El turismo gastronómico en Andalucía: factores de análisis.* **Revista Espacios**, v. 39, n. 22, 2018.

HERRERA, C. F.; HERRANZ, J. B.; ARILLA, J. *Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world.* **UNTWO Global Report on Food Tourism**, p. 6-9, 2012.

HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo.** 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

HORTA, F.C.; ECKHARDT, O. H. O.; GAMEIRO, A.H.; MORETTI, A. de S. Estratégias de sinalização da qualidade da carne suína ao consumidor final. **Revista Brasileira de Agrociência**, Pelotas, v. 16, n. 1-4, p. 15-21, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) - **Coordenação de Geografia.** Rio de Janeiro: IBGE, 2017. 82p.

IBGE. **Agropecuário 2017.** [S. l.]: IBGE, 2018. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017#pecuaria> Acesso em: 22 fev. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias:** 2017.

JARA, C. J. Construindo o poder local. **Caderno CRH**, Salvador, n.26-27, p.211-233, Jan-Dez. 1997.

KOTIER, P.; ASPLUND, C.; REIN, D.; HAIDER, D. **Marketing Places Europe. Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations.** *Financial Times*, Prentice Hall, Londres. 1999.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.; ADAM, S.; DENIZE, S. **Marketing.** 9ª ed. Austrália: Pearson Australia Goup Pty Ltd. 2014.

KOTLER, P.; GERTNER, D. *Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective.* **Journal of brand management**, v. 9, n. 4, p. 249-261, 2002.

KRONE, E. E. Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS): **práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do queijo serrano.** 2009.

LAYRARGUES, P. P. Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável: evolução de um conceito. **Revista Proposta**, v. 25, n. 71, p. 5-10, 1997.

LEV-YADUN, S.; GOPHER, A.; ABBO, S. *The cradle of agriculture.* **Science**, v. 288, n. 5471, p. 1602-1603, 2000.

LI, X.; JENSEN, K. L.; LAMBERT, D. M.; CLARK, C.D. *Consequentiality beliefs and consumer valuation of extrinsic attributes in beef*. **Journal of Agricultural and Applied Economics**, Auburn, v. 50, n. 1, p. 1-26, 2018.

LOBATO, J.F.P.; FREITAS, A. K.; DEVINCENZI T.; CARDOSO, L. L.; TAROUÇO, J. U.; VIEIRA, R. M.; DILLENBURG, D. R.; CASTRO, I. *Brazilian beef produced on pastures: Sustainable and healthy*. **Meat Science**, London, v.98, p.336–345, 2014.

LOPEZ, L. R. **História do Brasil colonial**. 6.ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1991.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. de. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MACEDO JUNIOR, J. S. **Análise industrial utilizando o modelo de Porter: bovinocultura de corte em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1994.

MALAFAIA, G. C.; CAMARGO, M. E.; AZEVEDO, D. B. DE; SANHUEZA, R. M. V. *Desafios para a articulação de um Sistema Agroalimentar Local no agronegócio brasileiro da maçã: o caso da região dos Campos de Cima da Serra*. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 8, n. 1, p. 113-134, 27 jul. 2010.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MASSUQUETTI, A.; RIBAS, R. J. *O Gado De Corte No Rio Grande Do Sul: Principais Sistemas De Produção*. **Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**, Rio Branco - AC, p. 1-22, 2008. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/9/173.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2019.

MAZOYER, M.; ROUDART, L. **A history of world agriculture: from the neolithic age to the current crisis**. Sterling, VA, Routledge, 2007. 514p.

MCCARTHY, S. N.; HENCHION, M.; WHITE, A.; BRANDON, K.; ALLEN, P. *Evaluation of beef eating quality by Irish consumers*. **Meat science**, v. 132, p. 118-124, 2017.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

OLIVEIRA, L. D. *O caminho das tropas*. In: SANTOS, L. M. S.; BARROSO, V. L. M. (Org.). **Bom Jesus na Rota do Tropeirismo no Cone Sul**. Porto Alegre: EST, 2004. p. 192-203.

ORCI, N. B. P. *O turismo rural como alternativa de sustentabilidade ambiental e econômica da região dos Campos de Cima da Serra do Rio Grande do Sul*. 2014.

PAGANI, G. G.; GIANEZINI, M.; WATANABE, M.; RUVIARO, C. F. Panorama Da Produção De Carne Bovina Na Mesorregião Do Sul Catarinense. **Observatório de la Economia Latinoamericana**, [S. l.], p. 1-17, 2018.

PEREIRA, T. P.; FONTANA, D. C.; BERGAMASCHI, H. O Clima da Região dos Campos de Cima da Serra, Rio Grande do Sul: condições térmicas e hídrivas. **Pesquisa Agropecuária Gaúcha**, v. 15, n. 2, p. 145-157, 2009.

PESAVENTO, S. J. **História do Rio Grande do Sul**. 8. Ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997

PESAVENTO, S. J. **História do Rio Grande do Sul**. Mercado Aberto, 1985.

PILLAR, V. de P. **Campos Sulinos: conservação e uso sustentável da biodiversidade**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2009.

PILLAR, V. de P.; LANGE, O. (Ed.). **Os campos do sul**. Porto Alegre/RS: Rede Campos Sulinos-UFRGS, 2015.

PIRES, É. L. S.; MÜLLER, G.; VERDI, A. R. Instituições, territórios e desenvolvimento local: delineamento preliminar dos aspectos teóricos e morfológicos. **Geografia**, Rio Claro, v. 31, n. 3, p. 437-454, set./dez. 2006.

PRIMO, A. T. Os bovinos ibéricos nas Américas. In: SIMPÓSIO DA 30ª REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA. **Anais...** Rio de Janeiro, 1993.

PRIVITERA, D.; NEDELICU, A.; NICULA, V. *Gastronomic and food tourism as an economic local resource: Case studies from Romania and Italy*. **GeoJournal of Tourism and Geosites**, v. 21, n. 1, p. 143-157, 2018.

RAINISTO, S. K. **Success factors of place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States**. Helsinki University of Technology, 2003.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2006.

RAYNAUT, C.; ZANONI, M. **La Construction de l'interdisciplinarité en Formation intégrée de l'environnement et du Développement**. 1993.

RIO GRANDE DO SUL. SOUZA, W. S. Médico Veterinário (comp.). **Consulta Estatísticas de Quantidades: defesa animal**. São José dos Ausentes: Seapdr, 2021. 01 p

ROBINSON, M.; NOVELLI, M. *Niche tourism: an introduction*. In: **Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases**, p. 1-11, 2005.

RODRIGUES, L. C.; NANTES, J. F. D. Rastreabilidade na cadeia produtiva da carne bovina: situação atual, dificuldades e perspectivas para o Brasil. **Informações Econômicas**, v. 40, n. 6, p. 31-41, 2010.

SACHS, I. *Ecodesarrollo: concepto, aplicación, beneficios y riesgos*. **Agricultura y sociedad**, n. 18, p. 9-32, 1981.

SACHS, I. Pequena produção e o modelo catarinense de desenvolvimento. In: **Ciclo de Debates sob a Pequena Produção e o Modelo Catarinense de Desenvolvimento**. Florianópolis: Conferência Habitat. 2001.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Editora Garamond, 2000.

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. Studio Nobel, Fundação do Desenvolvimento Administrativo, 1993.

SAKR, M. R.; DALLABRIDA, V. R. O marketing territorial como estratégia de construção e divulgação da imagem dos territórios: a indicação geográfica como referência. **Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional**, 2015.

SALES, G.; WATANABE, M.; GIANEZINI, M. Agroindústria rural de pequeno porte: estudo de caso do queijo minas artesanal. **Engenharia Ambiental: Pesquisa e Tecnologia**, v. 12, n. 1, 2015.

SCHLICK, F. E. **Alternativas de manejo para os campos de cima da serra**. 2004. 127 f. Tese (Doutorado) - Curso de Agronomia, Zootecnia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Cap. 2. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/6285>>. Acesso em: 04 ago. 2019.

SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. A. V. **Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul**. **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, p. 15-50, 2000.

SCHWAB, P. I.; BARTH, E.; WINCK, C. A. Gestão e perpetuidade dos empreendimentos da agricultura familiar: Um estudo no município de Pinhalzinho/SC/BR/Management and perpetuity of family agriculture developments: A study in the municipality of Pinhalzinho/SC/BR. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n. 6, p. 6976-6995, 2019.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. **Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul**. 2020. Departamento de Planejamento Governamental. Disponível em: <https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/inicial>. Acesso em: 11 fev. 2021.

SEXTO, C. F.; ARCE, C. M.; VAZQUEZ, Y. G.; VÁSQUEZ, P. G. *El territorio como mercancía: fundamentos teóricos y metodológicos del marketing territorial*. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, n. 5, p. 68-79, dez. 2001.

SILVEIRA, D. T. e CÓRDOVA F. P. Pesquisa Científica. In: **Métodos de pesquisa**. Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira (Org.). UAB/SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. pp.31-42

SIMÕES, F.; HAWERROTH, F. J.; SANT'ANNA, V.; CASTILHOS, M, SANTOS, D. M. M. dos. Ensaio apresentam ótimas perspectivas de produção de mirtilheiros com alto

requerimento de frio e potencial de desenvolvimento de agroindústrias nos Campos de Cima da Serra. **Embrapa Uva e Vinho-Artigo de divulgação na mídia (INFOTECA-E)**, 2018.

SIMS, R. *Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience*. **Journal of sustainable tourism**, v. 17, n. 3, p. 321-336, 2009.

SOUSA, B.; VASCONCELOS, S. Branding territorial e o papel da imagem no comportamento do consumidor em turismo: O caso de Arouca. **European Journal of Applied Business Management**, p. 1-14, 2018.

TAUGER, M. B. **Agriculture in world history**. New York, Routledge, 2010. 185p.

VALENTINI, A. de S. Estudo comparado do turismo no espaço rural dos coredes campos de cima da serra e fronteira oeste, Rio Grande do Sul-Brasil. 2015.

VALENTINI, A. de S.; SANTOS, E. de O.; VIANNA, S. L. G.; THOMÉ-ORTIZ, H. Estudo Comparado do Turismo no Espaço Rural: Coredes de Campos de Cima da Serra e Fronteira Oeste, RS, Brasil. **Revista Turismo em Análise**, v. 28, n. 2, p. 293-308, 2017.

VAN RIJSWIJK, W; FREWER, L. J. *Consumer perceptions of food quality and safety and their relation to traceability*. **British Food Journal**, 2008.

VARELLA, A. C. Carne de qualidade: produção no Sul do Brasil preserva tradição com sustentabilidade e visão de futuro. **Revista do Produtor**, Porto Alegre - RS, p. 1-21, 2017. Disponível em: [https://www.embrapa.br/documents/1355035/2751150/revista\\_agosto\\_2017.pdf/1bd6c355-6449-a26a-f955-c98820e3ffb5](https://www.embrapa.br/documents/1355035/2751150/revista_agosto_2017.pdf/1bd6c355-6449-a26a-f955-c98820e3ffb5). Acesso em: 23 ago. 2019.

VÁZQUEZ-BARQUERO, A. *Desarrollos recientes de la política regional. La experiencia europea*. **Revista EURE-Revista de Estudios Urbano Regionales**, v. 22, n. 65, 1996.

VELTZ, P. *Mondialisation, villes et territoires*. **L'économie d'archipel**, v. 2, p. 230, 1996.

VITTE, C. de C. S. Gestão do desenvolvimento econômico local: algumas considerações. **Interações (Campo Grande)**, v. 8, n. 13, p. 77-87, 2006.

WAQUIL, P. D.; NESKE, M. Z.; MATTE, A.; BORBA, M. F. S. Pecuária familiar no Rio Grande do Sul: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento. **Porto Alegre: Editora da UFRGS**, p. 288, 2016.

WUNSCH, C.; BARCELLOS, J. O. J.; PRATES, E.R.; COSTA, E. C. da.; MONTANHOLI, Y. R.; BRANDÃO, F. Macrominerais para bovinos de corte nas pastagens nativas dos Campos de Cima da Serra-RS. **Ciência Rural**, v. 36, n. 4, p. 1258-1264, 2006.

WURZ, D. A.; ALLEBRANDT, R.; DE BEM, B. P., REINEHR, J.; CANOSSA, A. T.; BONIN, B. F.; KRETZSCHMAR, A. A.; RUFATO, L. Caracterização do enoturismo na

região dos Campos de Cima da Serra do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Viticultura e Enologia**, v. 9, p. 104-110, 2017.

ZEUNER, F. E. **A history of domesticated animals**. London: Hutchinson & Co., 1963. 560p.

## **APÊNDICE(S)**

## APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

- **Dados de identificação**

**Título da Dissertação:** MARKETING TERRITORIAL E A CARNE BOVINA COMO PRODUTO TURÍSTICO: PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS

**Pesquisador Responsável:** Roderval Fernandes Cypriano

**Orientador da pesquisa:** Prof. Dr. Miguelangelo Gianezini

**Instituição a que pertence o Pesquisador Responsável:** Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS).

**Telefone para contato:** (48) 9 9994-6560

**e-mail para contato:** rodervalfc@hotmail.com

**Nome do(a) voluntário(a):** \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ anos R.G. \_\_\_\_\_

O Sr.<sup>(a)</sup> está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa em epígrafe, de responsabilidade do pesquisador Roderval Fernandes Cypriano.

Após ser esclarecido(a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assinie ao final deste documento e rubrique todas as suas páginas deste documento que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável, que também assinará e rubricará todas as vias.

Esta pesquisa tem por objetivo analisar iniciativas do desenvolvimento local relacionando o marketing territorial e bovinocultura, tendo a carne como produto turístico nos campos de cima da serra, no estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa justifica-se pela relevância que o fomento do marketing territorial pode ter no âmbito socioeconômico de cidades e/ou regiões, resultando em maior competitividade na atração de negócios e turismo nas propriedades rurais, tendo a carne bovina como produto turístico e podendo ser incluído em políticas públicas de desenvolvimento local e regional. Para buscar atingir os objetivos propostos se valerá dos seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa de abordagem qualitativa, pesquisa bibliográfica e documental e realização de pesquisa de campo com a técnica de observação.

A participação da pesquisa é de forma voluntária, não havendo qualquer renumeração ou ressarcimento pela colaboração. De forma, que o participante poderá recusar-se, a qualquer tempo, de fazer parte dela, solicitando a retirada das informações prestadas. E como dito anteriormente e frisado, é resguardada a privacidade dos participantes no decorrer de todo o processo de elaboração do trabalho sendo garantida o sigilo sobre as informações prestadas.

Nome e assinatura do pesquisador responsável: \_\_\_\_\_

Eu, \_\_\_\_\_, abaixo assinado, concordo em participar desse estudo como sujeito. Fui informado(a) e esclarecido(a) pelo pesquisador, Roderval Fernandes Cypriano, sobre o tema e o objetivo da pesquisa, assim como a maneira como ela será feita, os benefícios e os possíveis riscos decorrentes de minha participação. Recebi a garantia de que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, antes da finalização da dissertação, sem que isto me traga qualquer prejuízo.

Nome por extenso: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_

Local e data: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

APÊNDICE B - Compilação dos meios de hospedagem de  
**SÃO JOSÉ DOS AUSENTES-RS, 2020.**

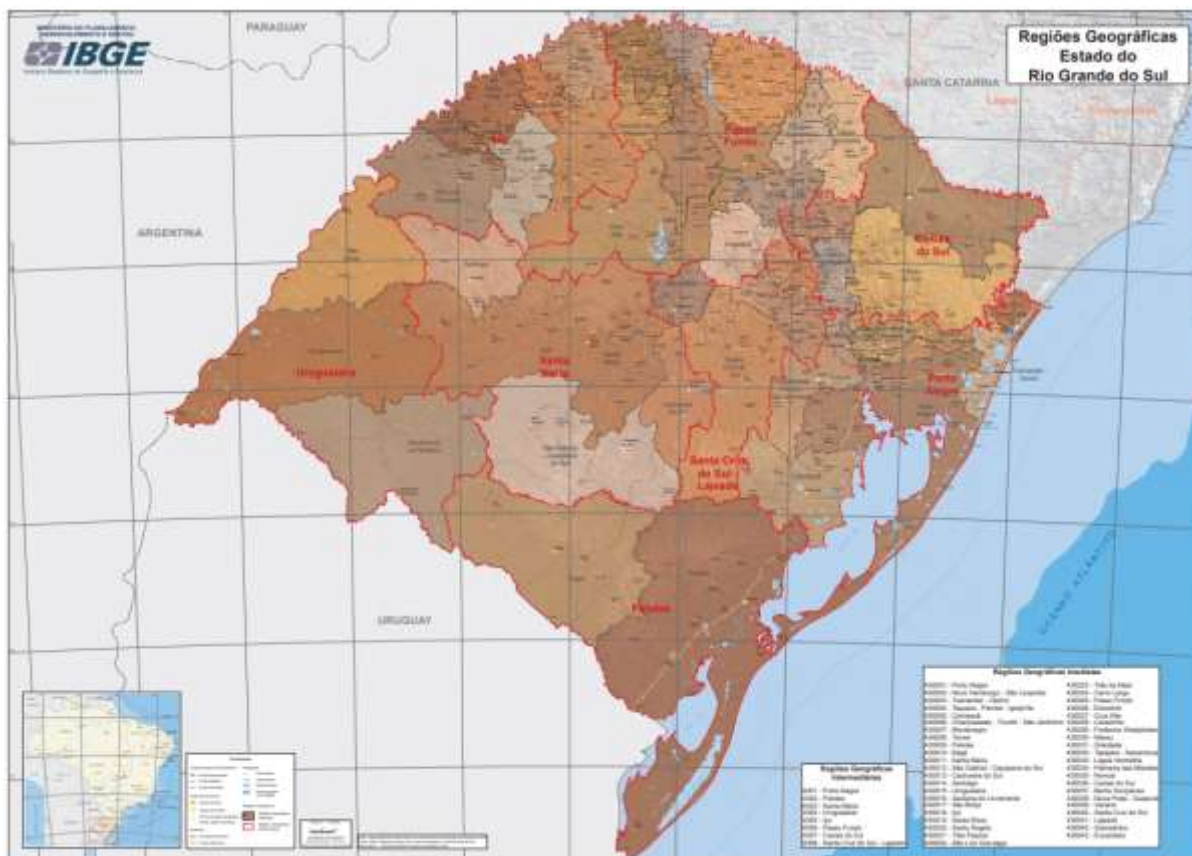
	Empreendimento	Localização	Endereço	Site	Serviços Ofertados
1	Hotel Cesa	- 28.745477 , - 50.060048	Rua Argemiro Pereira Machado 174 – Centro	<a href="https://www.instagram.com/explore/tags/hotelcesa/">https://www.instagram.com/explore/tags/hotelcesa/</a>	Hospedagem com café da manhã
2	Hotel e Café Morada das Glicínias	- 28.747052 , - 50.063928	Rua Professor Eduardo Pereira, 159 - Centro	<a href="https://www.instagram.com/explore/locations/303514876360772/hotel-morada-das-glicinias/">https://www.instagram.com/explore/locations/303514876360772/hotel-morada-das-glicinias/</a>	Hospedagem com café da manhã
3	Pousada Altos do Paredão/Pousada Tio Edinho	- 28.783325 , - 49.986419	BR 285 Km 10	<a href="https://www.instagram.com/altosdoparedao/">https://www.instagram.com/altosdoparedao/</a>	Hospedagem, trilhas a pé e de bike
4	Sítio Vale das Trutas	- 28.785788 , - 49.983699	Estrada geral Fazenda Bom Jardim	<a href="http://www.valedastrutas.com.br">www.valedastrutas.com.br</a>	Hospedagem, trilhas a pé e de bike, cascatas, pesca da truta, fly fishing
5	Pousada e Restaurante Altos da Serra	- 28.625075 , - 49.932752	Rua Antônio Inácio Velho, 662 - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/altosdaserra/">https://www.instagram.com/altosdaserra/</a>	Hospedagem, gastronomia típica
6	Hotel e Restaurante de Tropeiros	- 28.624046 , - 49.932793	Rua Moises Salib, 811 - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/explore/tags/pousadadetropeiros/">https://www.instagram.com/explore/tags/pousadadetropeiros/</a>	Hospedagem, gastronomia típica
7	Pousada e Restaurante Flores dos Campos	- 28.623590 , - 49.934304	Silveira	<a href="https://www.instagram.com/floresdoscampossja/">https://www.instagram.com/floresdoscampossja/</a>	Hospedagem, gastronomia típica
8	Pousada Fazenda Potreirinhos	- 28.602670 , - 49.978857	Estrada Fazenda Potreirinhos	<a href="http://www.fazendapotreirinhos.com.br/">http://www.fazendapotreirinhos.com.br/</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, mirante do desnível de rios, gastronomia típica
9	Pousada Fazenda Cachoeirão dos Rodrigues	- 28.601979 , - 49.990787	Fazenda Lageadinho - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/explore/locations/1034206676/cachoeirao-dos-rodrigues/">https://www.instagram.com/explore/locations/1034206676/cachoeirao-dos-rodrigues/</a>	Hospedagem completa, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
10	Pousada Cabanas Passos do Puma	- 28.601095 , - 49.997101	Rua Lageadinho, 608 - Vila Lageadinho	<a href="https://www.instagram.com/passosdopuma/?hl=pt-br">https://www.instagram.com/passosdopuma/?hl=pt-br</a>	Hospedagem, trilhas a pé
11	Casa e Chalés Campos da Serra	- 28.563388 , - 49.899342			

12	Pousada Encanto da Boa Vista	- 28.599250 , - 49.865259	Estrada do Chapadão - Silveira	<a href="https://www.facebook.com/pousadaencantodaboa vista">https://www.facebook.com/pousadaencantodaboa vista</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, gastronomia típica, trilhas a pé
13	Hostel Pub e Camping Toca da Onça	- 28.603194 , - 49.862832	Estrada Fazenda Boa Vista	<a href="https://www.instagram.com/tocadaoncaecomounta in/">https://www.instagram.com/tocadaoncaecomounta in/</a>	Hospedagem, slackline, escalada, hamburguer de carne de javali e pinhão
14	Pousada Ecológica dos Canyons	- 28.667777 , - 49.844715	Estrada do Chapadão - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/ecodoscanyons_pous ada/">https://www.instagram.com/ecodoscanyons_pous ada/</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, gastronomia típica, trilhas a pé e de bike e camping
15	Pousada Fazenda Monte Negro	- 28.595181 , - 49.815865	Estrada do Monte Negro - Silveira	<a href="http://www.fazendamontenegro .com.br">www.fazendamontenegro .com.br</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
16	Pousada Estância Tio Tonho	- 28.604162 , - 49.821517	Estrada do Monte Negro - Silveira	<a href="https://www.estanciatioto nho.com.br/">https://www.estanciatioto nho.com.br/</a>	Hospedagem completa, passeio a cavalo através de trilhas, trilhas a pé, gastronomia típica da região.
17	Pousada Fazenda Aparados da Serra	- 28.606644 , - 49.821322	Estrada do Monte Negro - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/pousadaaparadosdase rra/">https://www.instagram.com/pousadaaparadosdase rra/</a>	Passeio a cavalo, trilhas a pé e de bike, gastronomia típica
18	Pousada Fazenda Morro da Cruzinha	- 28.595383 , - 49.764292	Estrada do Chapadão - Silveira	<a href="https://www.instagram.com/pousadamorrodacruzinh a/">https://www.instagram.com/pousadamorrodacruzinh a/</a>	Hospedagem, passeio a cavalo, mirante da cruz, trilhas a pé ou de bike, roteiro 4X4, gastronomia típica
19	Pousada e Fazenda Paim	- 28.505519 , - 49.776099	Estrada Geral do Sapateiro - Várzea	<a href="https://www.instagram.com/pousadafazendapaim/?hl=pt-br">https://www.instagram.com/pousadafazendapaim/?hl=pt-br</a>	Hospedagem, passeios a cavalo, trilhas a pé, mirante com vista para a ferradura que forma o rio das Contas, cachoeiras, gastronomia típica

Fonte: Dados da Pesquisa/Elaboração própria

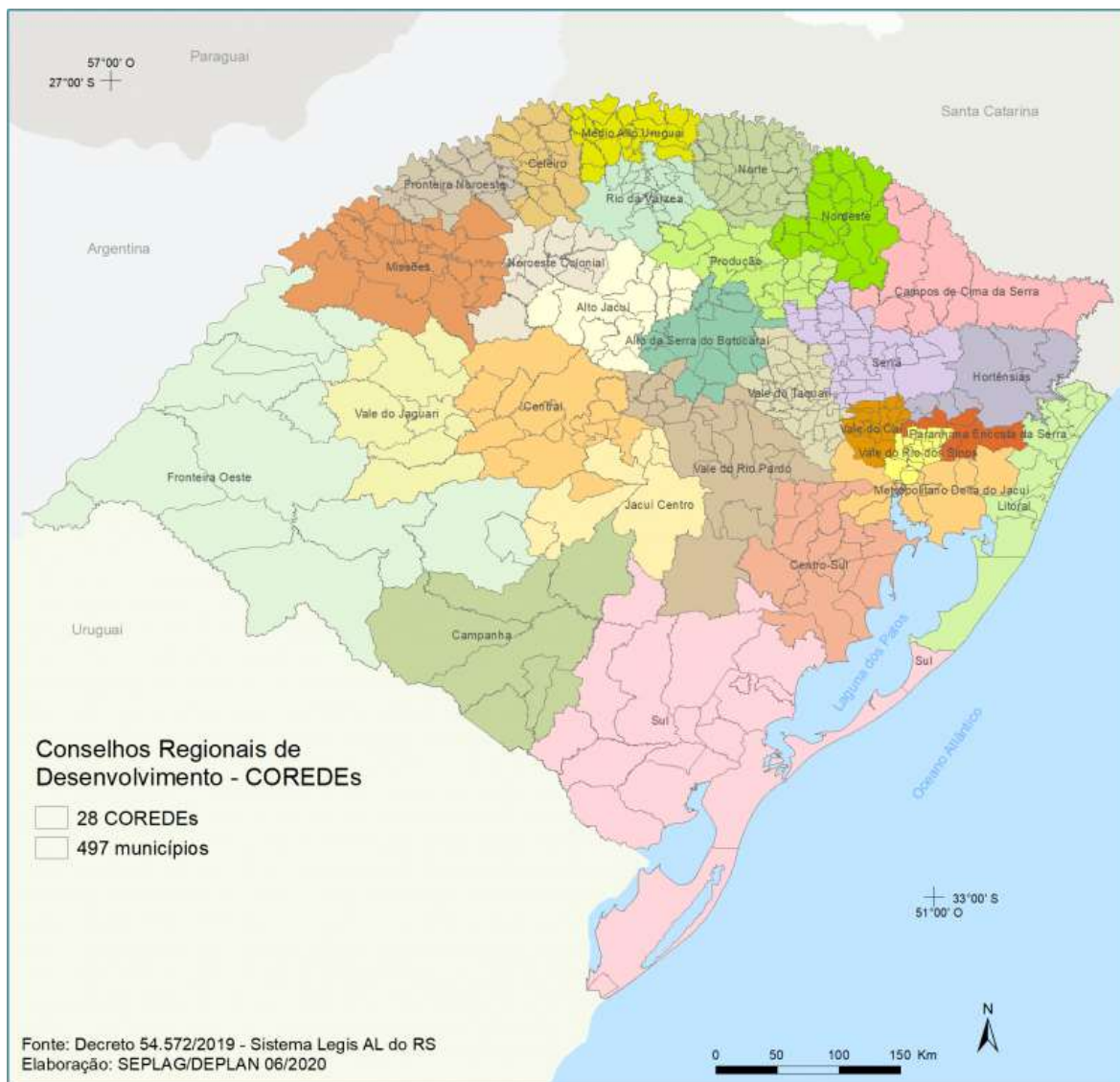
**ANEXO(S)**

## ANEXO A – MAPA DAS REGIÕES GEOGRÁFICAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, 2017.



Fonte: IBGE, 2017. Disponível em: [https://www.ibge.gov.br/apps/regioes\\_geograficas/](https://www.ibge.gov.br/apps/regioes_geograficas/)

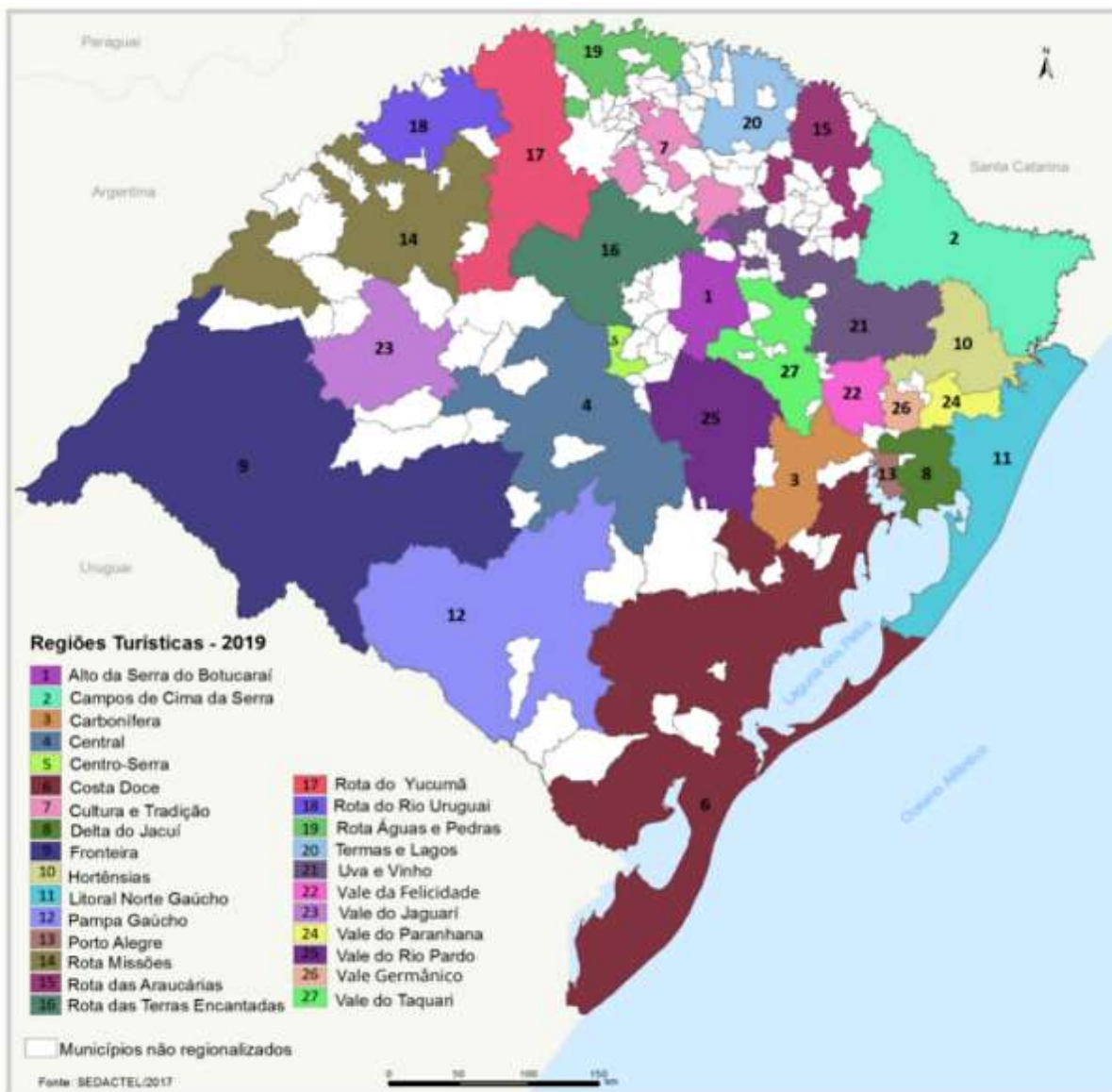
## ANEXO B - LOCALIZAÇÃO E COMPOSIÇÃO DOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS



Fonte: Atlas Econômico RS (2019).

[https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/upload/recortes/202010/14111649\\_45188\\_GDO.png](https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/upload/recortes/202010/14111649_45188_GDO.png)

**ANEXO C – REGIÕES TURÍSTICAS DO RIO GRANDE DO SUL  
(2 CAMPOS DE CIMA DA SERRA).**



Disponível em: [http://www.emater.tche.br/site/turismo-rural/mapa\\_regioes\\_turisticas.php](http://www.emater.tche.br/site/turismo-rural/mapa_regioes_turisticas.php)

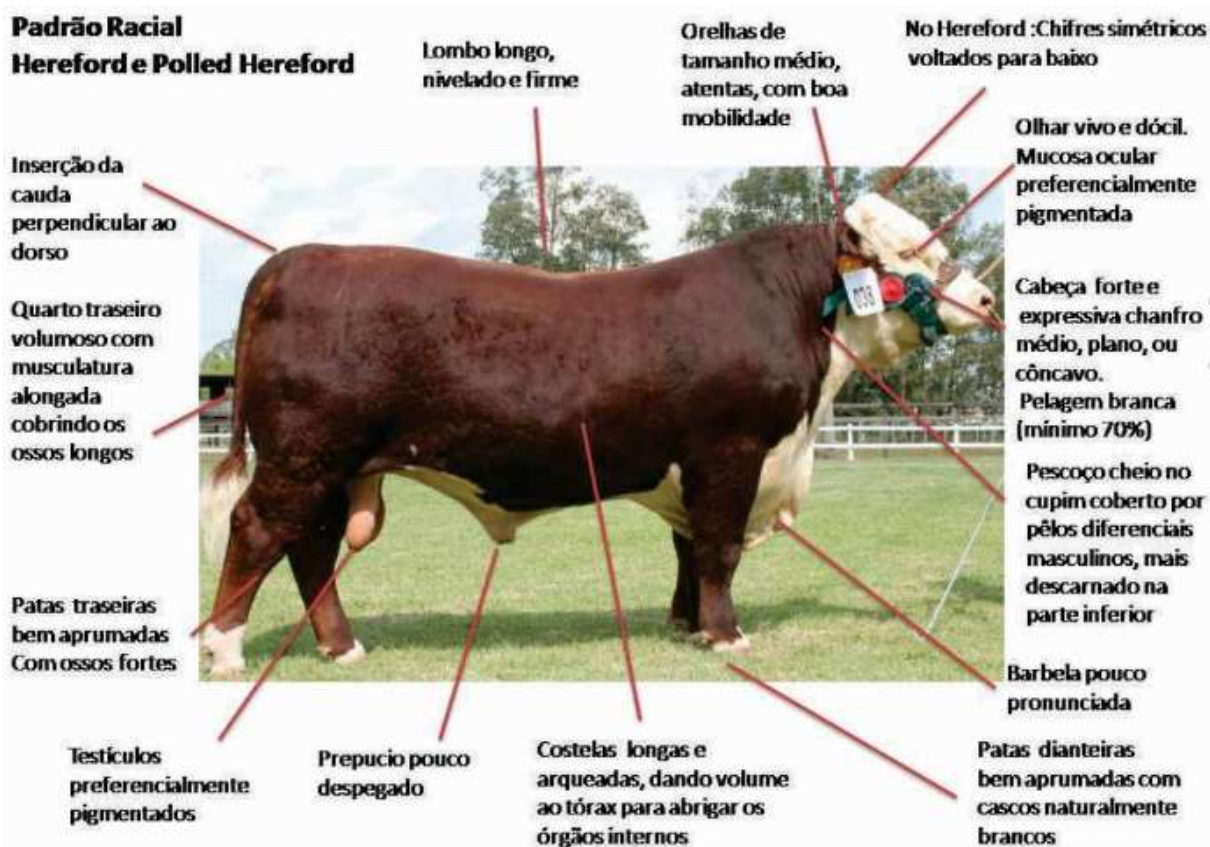
## ANEXO D – RAÇAS DE BOVINOS CRIADOS NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA-RS



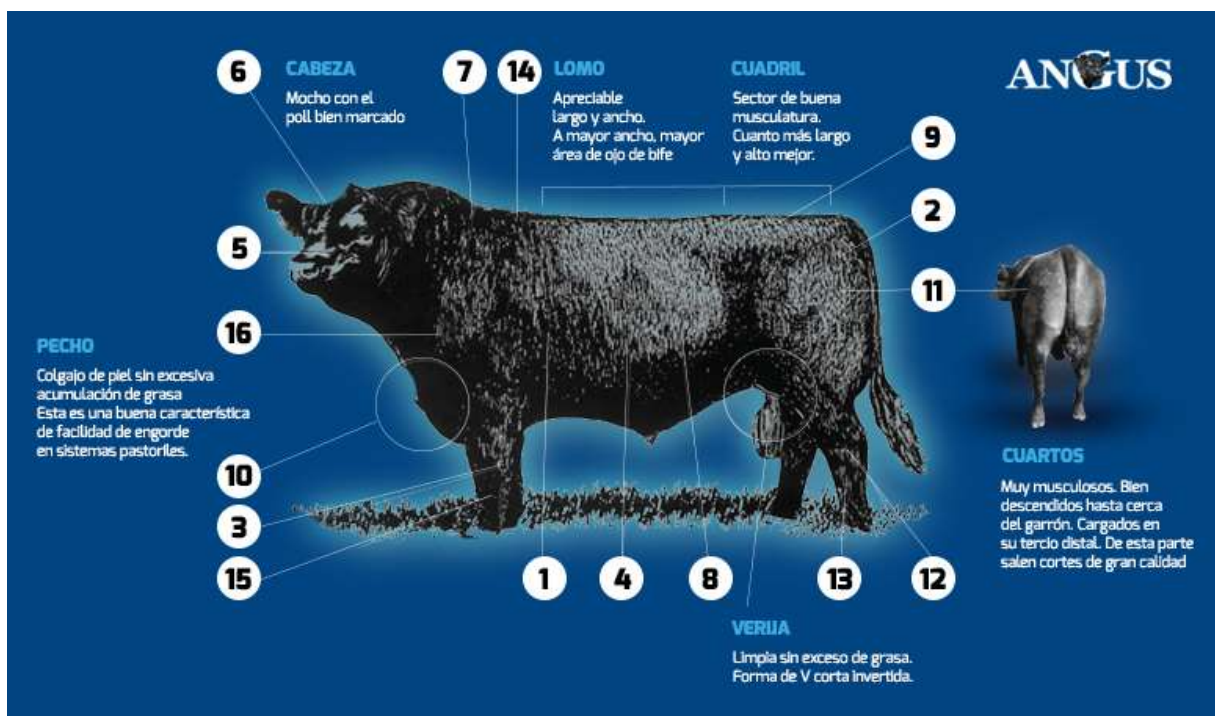
Disponível em: <https://www.abhb.com.br/wp-content/uploads/2015/10/184.jpg>



Disponível em: <https://revistanews.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Touro-Passo.jpg>



Disponível em: [https://issuu.com/abhbnetherefordebraford/docs/manual\\_do\\_criador](https://issuu.com/abhbnetherefordebraford/docs/manual_do_criador)



Disponível em: [https://www.angus.org.ar/images/grafico\\_raza.jpg](https://www.angus.org.ar/images/grafico_raza.jpg)

**A – Clássico****Esquema I – Tradicional**

<b>Touro</b>		<b>Vaca</b>	=	<b>Produto</b>
Angus	X	Zebu	=	12B
				50% Zebu
				50% Angus
Zebu	X	12B	=	34B
		50% Zebu		75% Zebu
		50% Angus		25% Angus
Angus	X	34B	=	<b>Brangus 38</b>
		75% Zebu		37,5% Zebu
		25% Angus		62,5% Angus

Disponível em: <https://www.brangus.org.br/raca-brangus>  
[https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5e25f60728d64d4b980c9731/1585148655439-CESGWW31YRB2PAID4A41/ke17ZwdGBToddI8pDm48kM6zbz0RQ8EBQFmlSOU-PKp7gQa3H78H3Y0txjaiv\\_0fDoOvxcdMmMKkDsyUqMSsMWxHk725yiiHCCLfrh8O1z5QPOohDlalejMHgDF5CVIOqpeNLcJ80NK65\\_fV7S1UW4prEnKlwice3sgj36I4-WQBGJoFEIRIG-ApXLvWVlue\\_1diNVPSwG9SH5x8IZulQ/M%C3%A9todos+de+cruzamentos-1.jpg?format=1500w](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5e25f60728d64d4b980c9731/1585148655439-CESGWW31YRB2PAID4A41/ke17ZwdGBToddI8pDm48kM6zbz0RQ8EBQFmlSOU-PKp7gQa3H78H3Y0txjaiv_0fDoOvxcdMmMKkDsyUqMSsMWxHk725yiiHCCLfrh8O1z5QPOohDlalejMHgDF5CVIOqpeNLcJ80NK65_fV7S1UW4prEnKlwice3sgj36I4-WQBGJoFEIRIG-ApXLvWVlue_1diNVPSwG9SH5x8IZulQ/M%C3%A9todos+de+cruzamentos-1.jpg?format=1500w)



Disponível em: [https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador\\_WEB.pdf](https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador_WEB.pdf)



Disponível em: <https://charoles.org.br/galeria-de-fotos/galeria-de-animais>



Disponível em: <http://www.devon.org.br/caracteristicas/>



<http://shorthornbrasil.blogspot.com/2009/09/historia-do-shorthorn.html>



[https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador\\_WEB.pdf](https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador_WEB.pdf)



[https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador\\_WEB.pdf](https://angus.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Manual-do-Criador_WEB.pdf)



<http://abccriadores.com.br/TextoCorrido.aspx?idTextoCorrido=53> - Braford



<http://abccriadores.com.br/TextoCorrido.aspx?idTextoCorrido=54> – Brahman



<http://abccriadores.com.br/TextoCorrido.aspx?idTextoCorrido=55> - Brangus



Coiguá –



Baia Grande

## ANEXO E – REGISTROS FOTOGRÁFICOS



Proprietarios da Pousada Fazenda Potreirinhos



Fonte: Registro fotografico realizado pelo pesquisador (2021).



Figura – Imagem panorama da sede da Pousada Fazenda Potreirinhos



Fonte: Imagens cedidas por Vitor Hugo Travi

Figura X – Imagem do Cachoeirão dos Rodrigues



Fonte: Imagens cedidas por Vitor Hugo Travi

Figura X – Imagem do Desnivel dos Rios Silveira (dir) e Divisa (esq)



Fonte: Imagens cedidas por Vitor Hugo Travi