

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
RUBENS RONDON KASSAR

**TURISMO EM ESPAÇOS PERIURBANOS: O CAMINHO DO VINHO
EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR.**

CURITIBA
2011

RUBENS RONDON KASSAR

**TURISMO EM ESPAÇOS PERIURBANOS: O CAMINHO DO VINHO
EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR.**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito final para a obtenção do grau de Mestre em Geografia, do setor de Ciências da Terra, da Universidade Federal do Paraná.

**Orientador: Prof. Dr. Marcos Aurélio
Tarlombani da Silveira.**

**CURITIBA
2011**

MEC-UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
– MESTRADO E DOUTORADO




PARECER

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Geografia reuniram-se para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado, apresentada pelo candidato **RUBENS RONDON KASSAR**, intitulada: "**TURISMO EM ESPAÇOS PERIURBANOS: O CAMINHO DO VINHO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS**", para obtenção do grau de **Mestre** em Geografia, do Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná Área de Concentração **Espaço, Sociedade e Ambiente**, Linha de Pesquisa **Produção e Transformação do Espaço Urbano e Regional**.

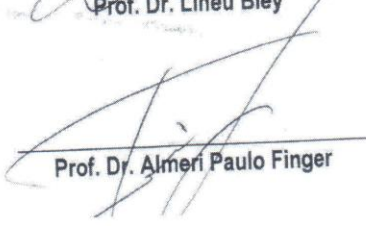
Após haver analisado o referido trabalho e argüido o candidato, são de parecer pela **APROVAÇÃO** da Dissertação.

Curitiba, 16 de agosto de 2011

Nome e assinatura da Banca Examinadora:


Prof. Dr. Marcos Aurélio Parlobani da Silveira (Orientador)


Prof. Dr. Lineu Bley


Prof. Dr. Almeri Paulo Finger

DEDICATÓRIA

Dedico aos meus amados pais José e Ceyla (*in memorian*),
a minha avó Alayde (*in memorian*) e
maravilhosos filhos Lucas e Daniel, grandes mestres desta minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a **Deus** e minha firme convicção de fé, pois sem ela nada seria possível.

Aos **meus filhos**, meu eterno agradecimento pela paciência, compreensão e carinho, sempre me apoiando e me ajudando no que foi possível.

Que não lhes falte, jamais, saúde e fé, alegria e muita paz e a busca incessante pelo conhecimento.

Ao meu estimado amigo e orientador **Prof. Dr. Marcos A. Tarlombani da Silveira**, sua capaz, pontual e eficaz orientação me foi de extrema importância e alento e por isso sou eternamente grato. Ao secretário do **PPGEO, Sr. Luis Carlos Zem**, pessoa de profundo humanismo, carisma e capacidade no desenvolvimento de suas atribuições, meu muito obrigado!

Aos professores do Programa de Pós Graduação do Departamento de Geografia da UFPR, meu mais profundo agradecimento pelos ensinamentos recebidos.

São tantos que me acompanharam nesta difícil empreitada que não teria condições de referenciar todos os nomes, mas não posso furtar-me de lembrar alguns: **Profº Hélio Rocha, Profª Mª Helena Laurindo, Profº Marcelo Caldart, Profª Eliana Hanae Buosi, Profº. Luis F. Martins, Profª Liege R. Carneiro, Profº Jorge Fontana**, a todos um agradecimento fraternal e de profundo respeito pela profissão por eles desempenhada, a de ser professores!

Ao quadro de docentes da FAMEC – Faculdade Metropolitana de Curitiba, do Colégio Estadual Pinheiro do Paraná e da Escola Microcamp Hauer além da SICTUR – SJP, nas pessoas de **Aurora Girardi, Christian Bundt e Marcos Kuzma**, da comunidade da **Colônia Mergulhão e ACAVIM** que me receberam com grande hospitalidade e prontidão em minhas necessidades de pesquisa.

A todos, meu eterno agradecimento!!!!

*Há pessoas que transformam o Sol numa simples mancha amarela,
mas há aquelas que fazem de uma simples mancha amarela o próprio sol...*

Pablo Picasso

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PERCENTUAL ENTRE OS QUESTIONÁRIOS RECEBIDOS E ENVIADOS AOS GESTORES LOCAIS.....	73
GRÁFICO 2: PERCENTUAL ENTRE OS QUESTIONÁRIOS RECEBIDOS E ENVIADOS A POPULAÇÃO GERAL.....	73
GRÁFICO 3: SEXO DOS ENTREVISTADOS.....	74
GRÁFICO 4: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS.....	74
GRÁFICO 5: ÁREA EM QUE ATUAM OS ENTREVISTADOS.....	75
GRÁFICO 6: CONHECIMENTO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS.....	77
GRÁFICO 7: VENDA DE PRODUTOS TRADICIONAIS.....	78
GRÁFICO 8: TIPOS DE PRODUTOS VENDIDOS.....	79
GRÁFICO 9: AUMENTO DA RENDA COM A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS TRADICIONAIS.....	82
GRÁFICO 10: EXISTÊNCIA DE UMA GASTRONOMIA PRÓPRIA.....	83
GRÁFICO 11: EXISTÊNCIA DE FESTA SAZONAL/TRADICIONAL NA COMUNIDADE.....	84
GRÁFICO 12: AUMENTO DE POSTOS DE TRABALHO APÓS A IMPLANTAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL.....	86
GRÁFICO 13: HOVERAM BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELO TURISMO RURAL PARA A COMUNIDADE?	88
GRÁFICO 14: CONSTRUÇÃO DE ALGUM TIPO DE INFRA-ESTRUTURA ASSOCIADA AO TURISMO RURAL.....	89
GRÁFICO 15: EXISTÊNCIA DE COOPERAÇÃO ENTRE AS VÁRIAS ENTIDADES DA COMUNIDADE.....	91
GRÁFICO 16: EXISTÊNCIA DE DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO DO CAMINHO E DA COMUNIDADE?	94

LISTA DE FOTOS

FOTO 1: Placa indicativa da Colônia Mergulhão	51
FOTO 2: Portal Caminho Do Vinho	52
FOTO 3: Portal Caminho Do Vinho.	52
FOTO 4: Capela Nossa Senhora da Imaculada Conceição	53
FOTO 5: Caminho do Vinho com Capela ao fundo	54
FOTO 6: Portal Caminho Do Vinho	57
FOTO 7: Portal Caminho Do Vinho	57
FOTO 8: Trecho do caminho com placa indicativa de atrativo	58
FOTO 9: Parte do Caminho do Vinho com asfalto	58
FOTO 10: Caminho do Vinho com calçamento em paralelepípedo	59
FOTO 11: Sinalização indicativa	60
FOTO 12: Caminho do Vinho com sinalização indicativa	60
FOTO 13: Espaço para Eventos	61
FOTO 14: Estabelecimento Rural	61
FOTO 15: Placa sinalizando Equipamento Turístico	62
FOTO 16: Sinalização turística diversa	62
FOTO 17: Vinícola	64
FOTO 18: Vinícola	65
FOTO 19: Indicação de Vinícola	65
FOTO 20: Vinícola	66
FOTO 21: Idem foto 31	66
FOTO 22: Pequena propriedade no Caminho Do Vinho	76
FOTO 23: Pequena propriedade ao longo do percurso	76
FOTO 24: Oferta de produtos nos estabelecimentos ao longo do Caminho do Vinho	79
FOTO 25: Vinícola	80
FOTO 26: Vinícola	80
FOTO 27: Vinícola	81
FOTO 28: Vinícola	81
FOTO 29: Espaço para Eventos	86
FOTO 30: Indicativo de Café Colonial	89

FOTO 31: Estabelecimento inaugurado recentemente	93
FOTO 32: Idem foto 31	93
FOTO 33: Café Colonial em trecho do caminho sem pavimentação	96
FOTO 34: Sinalização em trecho do caminho sem pavimento	97
FOTO 35: Equipamento para Hospedagem	99
FOTO 36: Pequena propriedade ao longo do percurso	100
FOTO 37: Pequenas propriedades produtivas	101
FOTO 38: Placa de Identificação salientando Turismo Rural	102
FOTO 39: Placa de Sinalização	103
FOTO 40: Placa indicando Gastronomia	103
FOTO 41: Vinícola	104
FOTO 42: Casa da Cultura Italiana	104

SUMÁRIO

RESUMO	9
ABSTRACT	10
INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL	16
1.1 AS CATEGORIAS DE ANÁLISE DA GEOGRAFIA	16
1.2 GEOGRAFIA E TURISMO	20
1.3 ESPAÇO METROPOLITANO	22
1.4 ESPAÇO PERIURBANO	23
1.5 TURISMO E TERRITÓRIO	24
1.6 TURISMO EM ESPAÇO RURAIS	30
1.7 DESENVOLVIMENTO DO TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS NO BRASIL ..	37
CAPÍTULO 2 – CARACTERÍSTICAS DA ÁREA DE ESTUDO	45
2.1 HISTÓRICO DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS.....	45
Taxa de urbanização.....	48
2.2 TURISMO EM SÃO JOSÉ NO CONTEXTO DA RMC	49
2.3 A COLÔNIA MERGULHÃO NO CONTEXTO LOCAL E REGIONAL	51
2.3.1 Atividades econômicas da colônia mergulhão.....	63
CAPITULO 3 – PROCEDIMENTOS DA PESQUISA E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	69
CONCLUSÕES	105
REFERÊNCIAS	107
ANEXOS	111
APÊNDICES	132

RESUMO

O objetivo geral desta dissertação é analisar as influências dos processos de implantação de Políticas Públicas para o desenvolvimento turístico na região denominada Caminho do Vinho, município de São José dos Pinhais/PR, no período de 1999 a 2009. Os objetivos específicos são diagnosticar a estrutura operacional do turismo existente em São José dos Pinhais/PR, município que acolhe o Caminho do Vinho; estabelecer relações entre a demanda e a oferta turística existente no município de São José dos Pinhais/PR, e sua influência no atrativo turístico Caminho do Vinho; averiguar o processo do desenvolvimento turístico e seus impactos no município; e identificar o papel das Políticas Públicas para o desenvolvimento turismo no Caminho do Vinho decorrentes das Políticas Públicas em São José dos Pinhais/PR. A metodologia aplicada nesta pesquisa será a de revisão bibliográfica, na formação do arcabouço teórico, suportada por pesquisa de campo, de cunho quantitativo e qualitativo por intermédio de questionários e posterior análise e discussão dos dados coletados. Conclui-se que dentre os efeitos econômicos mais significativos do turismo estão a sua contribuição na geração de empregos e renda, no aumento do intercâmbio comercial entre regiões, na atração de investimentos em infra-estrutura, e na captação de divisas e que existe uma relação direta e consecutiva entre as Políticas Públicas direcionadas à industrialização do município de São José dos Pinhais/PR e o desenvolvimento do turismo local.

PALAVRAS CHAVE: Geografia, Turismo Rural, Políticas Públicas, Desenvolvimento.

ABSTRACT

The main objective of this thesis is to analyze the influences of the processes of implementation of public policies for the tourism development in the area called "*Caminho do Vinho*" in the municipality of São José dos Pinhais/PR during the period that goes from 1999 to 2009. The specific objectives are to diagnosis the operational structure of the existing tourism in São José dos Pinhais/PR; to establish relations between the demand and the touristic offers that exists in the city of São José dos Pinhais/PR, and its influence in the rural touristic attraction called *Caminho do Vinho*; to verify the process of the tourism development and its impacts in town; and to identify the role that public policies play for the tourism development in the related area and its influence. The methodology applied in this research will be of bibliographical revision, in the formation of the theoretician frame, supported by field research in its quantitative and qualitative matrix based on questionnaires and posterior analysis and quarrel of the collected data. One concludes that amongst the most significant economic effects towards the tourism activity there are its contribution to the generation of more jobs and increasing income, in the increase of the commercial interchange between regions, in the attraction of investments in infrastructure, and in the raise of investments and that a direct and consecutive relation exists between especific public policies to the industrialization of the city of São José dos Pinhais/PR and the development of the local and surrounding tourism as the *Caminho do Vinho*.

KEY WORDS: Geography, rural tourism, public policies, development.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho constitui uma análise sobre o processo de desenvolvimento compreendido no período entre os anos de 1999 e 2009, principalmente alavancado pela implantação de complexos industriais automobilísticos na Região Metropolitana de Curitiba (RMC), especificamente no município de São José dos Pinhais, e seu processo de desenvolvimento recente visto a implementação de políticas públicas nos últimos anos no contexto da região.

O município de São José dos Pinhais está localizado 14,5 km de Curitiba, faz parte da Região Metropolitana, e tem sua posição geográfica com uma maior parte de território na Mata Atlântica contígua a Serra do Mar. A área de estudos possui uma importante reserva de mananciais hídricos, uma biodiversidade, além de muitos atrativos culturais, estes advindos de sua peculiar miscigenação, formados pelas várias etnias ali presentes.

Segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico Social (IPARDES, 2006), a população do município é de aproximadamente 261 mil habitantes, tendo como sua base econômica o setor secundário da economia. Os recursos humanos que compõem os serviços de infra-estrutura estão nas áreas de saúde, educação, comunicação, transportes, energia, serviços e saneamento básico. Na atualidade, o município está entre um dos maiores pólos de desenvolvimento do estado do Paraná, e isso é decorrente de um processo de industrialização ocorrido nos últimos 10 anos, justificado principalmente pela implantação de indústrias automobilísticas na região. Este processo é resultado da implantação de políticas públicas operacionalizadas pelo poder público estadual em parceria aos órgãos municipais da Região Metropolitana de Curitiba (RMC), notadamente na área geográfica que compreende o município de São José dos Pinhais, e gerando, assim, o desenvolvimento econômico e social para a população local.

No bojo desse ciclo desenvolvimentista, é possível afirmar que um setor reconhecidamente importante da economia mundial atual – o Turismo – tem participado, ainda que de forma acanhada, das Políticas de Desenvolvimento nos municípios brasileiros, e esse é o caso de São José dos Pinhais.

Para o desenvolvimento do tema deste estudo, ou seja, o Turismo em Espaços Periurbanos: o caso do Caminho do Vinho em São José dos Pinhais/PR, a justificativa para elaboração reside no fato de que a atividade turística,

principalmente pós-segunda guerra mundial, tem sido importante no que diz respeito ao desenvolvimento e crescimento da economia mundial. De acordo com o Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais (1998), o turismo detém grande parte do Produto Interno Bruto (PIB) de muitos países e têm melhorado suas condições econômicas em decorrência do avanço que o setor tem proporcionado.

Nas últimas décadas o turismo vem contribuindo substancialmente para dinamizar a economia de vários países e regiões. Dentre os efeitos econômicos mais significativos do turismo estão a sua contribuição na geração de empregos e renda, no aumento do intercâmbio comercial entre regiões, na atração de investimentos em infra-estrutura, e na captação de divisas. Nesse contexto, as atuais políticas governamentais implementadas no Brasil vêm enfatizando a promoção do turismo como um setor estratégico para o desenvolvimento regional no país (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003).

A evolução do mundo moderno estreitou as distâncias geográficas, principalmente pela melhoria dos sistemas de transporte e comunicações, e ampliou o conceito original de turismo. Este deixou de ser apenas sinônimo de lazer para assumir seu papel de agente social, político, econômico e ambiental onde em muitos países é a força vital do desenvolvimento sustentável. Isto posto, Dias (2003) afirma que o turismo assume novo papel no desenvolvimento, devido à modificação das expectativas da sociedade em função das mudanças estruturais no processo produtivo que ocorrem em função da revolução científico-tecnológica.

A complexidade da atividade turística exige elementos norteadores que imbriquem sua potencialidade de forma a gerar frutos por intermédio de ferramentas e profissionais competentes. Uma dessas ferramentas é o planejamento que pode maximizar os benefícios sócio-econômicos e minimizar os custos, visando o bem estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor.

Conforme Silveira (2001), qualquer plano de desenvolvimento do turismo, antes de ser realizado, deve ser bem pensado e planejado para não provocar a destruição do meio ambiente e não ser desviado dos reais interesses e necessidades das populações envolvidas.

Segundo Beni (2001), quando as localidades turísticas são planejadas estrategicamente e fazem parte de um plano de desenvolvimento, seus produtos, geralmente, são competitivos e correspondem (ou pelo menos em parte) às necessidades dos consumidores, neste caso os turistas. Dessa forma o

planejamento turístico deve ser conciliado a segmentos afins do meio e deve trabalhar de forma integrada com o poder público e população residente para que obtenha o resultado pretendido.

Em se tratando de planejamento do desenvolvimento turístico de uma região é importante salientar que o turismo e em consequência a sua atividade, são consumidores intensivos de território, e, portanto, “deve-se planejar seu desenvolvimento em uma ótica que aponte claramente quais objetivos econômicos se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual a identidade que será adquirida ou fortalecida” (DIAS, 2003, p. 37). Ainda, segundo o mesmo autor, em se considerando o uso do espaço, “o planejamento constitui uma técnica de uso imprescindível pelas administrações públicas municipais que apostam no desenvolvimento do turismo”. Assim, para Dias, “esse planejamento é necessário, porque o território é um elemento básico do desenvolvimento turístico, pois abriga os recursos ambientais e culturais dos destinos turísticos, além de ser o espaço físico destinado à instalação da infra-estrutura e dos equipamentos que irão atender ao fluxo dos visitantes”.

Nesse mesmo sentido, Silveira (2002) afirma que,

o turismo é um campo privilegiado para a análise geográfica na medida em que constitui um dos usos do território pela sociedade. E, a geografia deve estar atenta para analisar a realidade socioespacial em sua totalidade, sem excluir ou menosprezar qualquer fenômeno. A partir do estudo da dinâmica territorial do turismo a geografia pode auxiliar muito na sua compreensão, notadamente, no que diz respeito às implicações sobre os lugares de destino, assim como na definição de instrumentos de planejamento turístico que conduzam a formas de intervenção que interessem à maior parte da população brasileira (SILVEIRA, 2002, p. 34).

Com o presente estudo busca-se analisar como se deu a aplicação das ações de Políticas Públicas, no município objeto de estudo, por meio de análise e levantamento de dados realizados na localidade.

Para o estudo optou-se por uma metodologia de caráter qualitativo, devido à especificidade do que se buscou apurar e, também, porque a metodologia qualitativa “responde com clareza quando ao investigador interessa mapear e compreender o modo de vida dos respondentes fornecendo-lhe uma “descrição detalhada” de um meio social específico” (Gaske in SANTOS, 2004, p. 39). Por isso, uma abordagem quantitativa levaria a uma análise mais superficial e extensiva, e o que se pretende é

uma análise aprofundada e intensiva, para se poder chegar a uma conclusão em relação aos objetivos da pesquisa.

Para o desenvolvimento da base conceitual, optou-se pela revisão bibliográfica, com apresentação de conceitos e teorias, notadamente da ciência geográfica, que compõe o arcabouço teórico sobre a temática do turismo em espaços rurais e/ou periurbanos, objeto do presente estudo.

O objetivo geral desta dissertação foi analisar as influências dos processos de implantação de Políticas Públicas para o desenvolvimento turístico na região denominada Caminho do Vinho, município de São José dos Pinhais/PR, no período de 1999 a 2009.

Para complementar este objetivo geral, buscou-se atingir os seguintes objetivos específicos: diagnosticar a estrutura operacional do turismo existente em São José dos Pinhais/PR, município que acolhe o Caminho do Vinho; estabelecer relações entre a demanda e a oferta turística existente no município de São José dos Pinhais/PR, e sua influência no atrativo turístico Caminho do Vinho; averiguar o processo do desenvolvimento turístico e seus impactos no município; e identificar o papel das Políticas Públicas para o desenvolvimento turismo no Caminho do Vinho decorrentes das Políticas Públicas em São José dos Pinhais/PR.

Com os objetivos acima foi possível então, tecer e propor considerações para o desenvolvimento do turismo em São José dos Pinhais de forma sustentável e permanente. Além disso, propor ações de incremento do turismo como atividade econômica significativa para a região, bem como uma ferramenta para a preservação do patrimônio natural e cultural.

O acesso principal ao Caminho do Vinho é feito por intermédio da BR 376, também conhecida como Avenida das Torres no trecho que corta a cidade de Curitiba. Esta rodovia é pavimentada e apresenta bom estado de conservação. Um segundo acesso, conforme os moradores locais, pode ser feito através da estrada não pavimentada que liga o circuito à cidade de Morretes. A melhor possibilidade para se dirigir até o circuito é o automóvel.

O caminho possui um grande potencial turístico que necessita de políticas públicas para integrá-lo aos municípios de Curitiba e São José dos Pinhais. Porém, há de se relatar que, para tanto, existe ainda a necessidade de melhorias locais, que devem ser elaboradas, inicialmente pelos próprios colonos, e posteriormente, através de investimentos do próprio Estado, para um melhor atendimento dos

diferentes perfis de visitantes, como a oferta da visita aos espaços, restaurantes e instalações de pernoite, o que ainda não ocorre na maioria dos sítios e chácaras.

Diante do exposto até o momento a problematização deste estudo reside na questão: Houve desenvolvimento turístico de forma sustentável, por intermédio de Políticas Públicas, na região do Caminho do Vinho, município de São José dos Pinhais/PR, no período de 1999 a 2010?

Assim, as indagações que irão nortear o estudo são:

1. A implantação do Pólo Automobilístico (Renault e Volkswagen em 1997) foi uma alavanca indireta para o desenvolvimento do Turismo em espaço periurbano, especificamente no município de São José dos Pinhais/PR – Caminho do Vinho.

2. A instituição das Políticas Públicas para o Turismo na região denominada Caminho do Vinho – São José dos Pinhais/PR promoveu a sustentabilidade ambiental, social e cultural.

3. Há uma relação direta e consecutiva entre as Políticas Públicas direcionadas à industrialização do município de São José dos Pinhais/PR e o desenvolvimento do turismo local.

4. Este modelo de turismo rural tradicional apresentado em São José dos Pinhais/PR – Caminho do Vinho não tem como suporte a base comunitária.

Para o desenvolvimento deste estudo a estrutura da dissertação apresenta no capítulo 1 a revisão teórico conceitual onde foram abordados as categorias de análise da geografia, o conceito de geografia e turismo, de espaço metropolitano, periurbano. Apresentou-se também a relação turismo e território, bem como a conceituação de turismo em espaços rurais e o desenvolvimento do turismo e políticas públicas no Brasil.

O capítulo 2 caracteriza a área de estudo, apresentando um histórico de São José dos Pinhais, bem como uma contextualização geográfica, histórica, social e econômica da Colônia Mergulhão e do Caminho do Vinho.

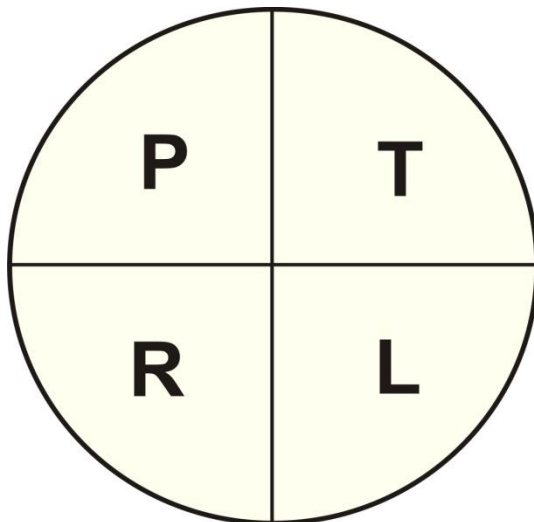
O capítulo 3 apresenta os procedimentos da pesquisa e a discussão dos dados coletados, colaborando para a conclusão do estudo, que é apresentada em seguida.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL

1.1 AS CATEGORIAS DE ANÁLISE DA GEOGRAFIA

Espaço é a categoria central da análise geográfica. O Espaço é definido por Milton Santos (1997) como um “conjunto indissociável de sistemas de objetos (redes técnicas, prédios, ruas) e de sistemas de ações (organização do trabalho, produção, circulação, consumo de mercadorias, relações familiares e cotidianas)”, que procura revelar as práticas sociais dos diferentes grupos que nele produzem, lutam, sonham, vivem e fazem a vida caminhar.

As outras categorias da Geografia utilizadas, em menor ou maior grau, conforme o objeto e o encaminhamento teórico-metodológico do estudo são: Paisagem, Território, Lugar e Região.



P - PAISAGENS
T - TERRITÓRIO
L - LUGAR
R - REGIÃO

A categoria paisagem desde a sistematização da ciência geográfica teve vários conceitos (Paisagem Natural, Paisagem Construída). Porém a questão é: para entender a paisagem há necessidade de uma análise dinâmica do seu entendimento e não simplesmente apenas descrevê-la, hoje sua análise deve ser acrescida de relações e conjugações de elementos naturais e tecnificados, sócio-econômicos e culturais.

O conceito de paisagem está relacionado a tudo que os sentidos humanos podem perceber e apreender da realidade de determinado espaço geográfico ou

parte dele está diretamente relacionado à sensibilidade humana. Há quem entenda a paisagem como uma realidade que pode ser representada visualmente em uma fotografia ou pintura. Embora a visão seja o principal sentido com o qual se observa a realidade, outros sentidos também podem participar da identificação da paisagem, introduzindo-se informações como sons e odores na descrição da paisagem, método através da qual ela pode ser bem explorada.

A paisagem também se constitui como uma realidade atual construída por meio do acúmulo de acontecimentos ou eventos passados, uma vez que o que é observado em uma paisagem da atualidade passou por um processo de constantes mudanças. Esse aspecto pode ser percebido através da observação de fotografias de uma mesma paisagem referentes a períodos diferentes, na qual se pode perceber o que permanece e o que foi sendo alterado, para formar a paisagem atual.

A paisagem pretérita apresentava um conjunto de muitos elementos naturais, no entanto, a paisagem humanizada tem se expandido, à medida que o homem altera a natureza, mesmo quando modela uma nova paisagem aparentemente natural, como ocorrem com os jardins. As paisagens humanizadas ou artificiais de maior visibilidade são as áreas urbanas construídas pela ação humana. Assim se manifesta Santos (1994)¹ ao fazer referência à distinção entre paisagens naturais e humanizadas.

Por sua vez o Território configura-se como uma porção concreta do espaço geográfico, onde se revelam as diferenças de condições ambientais e de vida da população. Os estudos do território têm como fundamento as relações entre os agentes sociais, políticos e econômicos, que interferem na gestão do espaço. No decorrer da história do pensamento geográfico, o território ganha diferentes tipos de abordagens: pela configuração de uma parcela do espaço geográfico identificada pela posse (apropriação) passando pelo importante papel de dominação, ou seja, o território é dominado por uma comunidade ou por um estado (HAESBAERT, 2004).

Spósito (2004) aponta dois caminhos possíveis para entender o conceito de Território:

- o estabelecimento de redes de informação - que permitem em tempo real (tecnologia) a disseminação de informações, rompendo com as barreiras da distância (elemento fundamental para a apreensão do território em escala individual.

¹ *apud* SPOSITO, 2004, p. 28.

Há assim as perdas de fronteiras, mudam de tamanho dependendo do domínio tecnológico de um grupo ou de uma nação;

- o questionamento da volta ao indivíduo e sua escala do cotidiano (a casa, a rua, o ambiente de trabalho) como formas de apreensão das dimensões territoriais e da capacidade de projetar a liberdade como meio de satisfação das necessidades individuais (SPÓSITO, 2004).

Nesta perspectiva, o território não é apenas a configuração política de um Estado-Nação, mas sim um espaço construído pela formação social.

Do *boden* ao território descontínuo, segundo a seminal “antropogeografia” de Ratzel, o território seria a expressão legal e moral do Estado, a conjunção do solo (*Boden*) e do povo, na qual se organizaria a sociedade. Sua territorialidade associa uma identidade específica, presumindo que não existiriam subdivisões ou contradições internas e um Estado determinado, fixo no tempo e no espaço, características que só poderiam ser modificadas sob o uso da força (RAFFESTIN, 1990; SOUZA, 1995 *apud* VALVERDE, 2004, p. 119). O movimento de expansão dos territórios assumiria caráter quase orgânico, como um ser vivo que se desenvolve e precisaria de uma área maior para ocupar. No passado a geografia trabalhou o conceito de território associado apenas à escala do território nacional, sendo este inteiriço, limitado apenas pelas fronteiras com outros países, tendo o poder público como única fonte de poder em relação ao controle espacial e sendo este controle permanente no tempo.

Ratzel explica que território é uma categoria geopolítica, produzido por ações políticas, sociais e econômicas e articulado por relações de poder, locus de “conflitos” que necessitam de controle social-gestão. A posse, a identidade e as relações de poder transformam o lugar/região em território. É assim que os lugares e as regiões são valorizadas, disputadas, especuladas, apropriadas e utilizadas.

Raffestin (1993, p. 144) esclarece que é essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território e que o território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação induzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente, o ator territorializa o espaço. Nesse sentido, entende o território como sendo:

[...] um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por conseqüência, revela relações marcadas pelo poder. (...) o território se apóia no espaço, mas não é o espaço. É uma produção a partir do espaço. Ora, a produção, por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder [...].

Haesbaert analisa o território com diferentes enfoques, elaborando uma classificação em que se verificam três vertentes básicas: 1) *jurídico-política*, segundo a qual “o território é visto como um espaço delimitado e controlado sobre o qual se exerce um determinado poder, especialmente o de caráter estatal”; 2) *cultural(ista)*, que “prioriza dimensões simbólicas e mais subjetivas, o território visto fundamentalmente como produto de apropriação feita através do imaginário e/ou identidade social sobre o espaço”; 3) *econômica*, “que destaca a desterritorialização em sua perspectiva material, como produto espacial do embate entre classes sociais e da relação capital-trabalho” (HAESBAERT)²

No panorama atual do mundo com todas as suas complexidades e processos, muitas vezes excludentes, como a crescente globalização e a fragmentação a um nível micro ou local, servindo de refúgio à globalização, Haesbaert (2002) identifica uma multiterritorialidade reunida em três elementos: os territórios-zona, os territórios-rede e os aglomerados de exclusão. Corroborando com esta colocação, Santos estabelece que “as horizontalidades serão os domínios da contigüidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais” (SANTOS, 1994, p.16)³.

O resultado desta nova concepção espacial remete à noção de redes. Elas constituem uma nova realidade que justificaria a verticalidade dos territórios, formado de lugares contínuos e de lugares em rede. São os mesmos lugares, os mesmos pontos, mas contendo simultaneamente funcionalizações diferentes, possivelmente divergentes ou opostas (FONTOURA, 2008, p. 11). Nesse sentido, o território passa a ser o suporte de redes que transportam as regras e normas utilitárias. É a área de oposição entre o que singulariza e o que generaliza, em suas diversas dimensões e escalas (SANTOS, 1994)⁴.

² *apud* SPOSITO, 2004, p.18.

³ *apud* FONTOURA, 2008.

⁴ *apud* FONTOURA, 2008, p. 11

Ainda na abordagem territorial, Santos (1994) destaca o lugar como a sede paradigmática da resistência de singularização da sociedade contemporânea. Para isso, o território (usado, o uso do território) se reafirma pelo lugar e não só pelo novo fundamento do espaço e pelos novos fundamentalismos do território.

O Lugar constitui um produto da experiência humana. A experiência humana manifesta-se em diferentes escalas: cada pessoa está rodeada por camadas concêntricas do espaço vivido. Ex: da casa para a vizinhança, cidade, região e nação (TUAN, 1982). O conceito de Lugar diz respeito a sua compreensão enquanto expressão geográfica de singularidade, universalista objetiva. Cada lugar é a sua maneira o MUNDO, mas também cada lugar se faz, irremediavelmente, inverso numa comunhão com o mundo, tornando-se exponencialmente diferente dos demais (TUAN, 1982).

Segundo Carlos “O Lugar se reproduz na articulação contraditória entre o mundial que se anuncia e a especificidade histórica do particular. Deste modo o Lugar se apresenta como ponte de articulação entre o mundial e o local enquanto especificidade concreta” (CARLOS, 1993, p. 303).

O conceito de região geográfica passou por vários momentos de discussão no interior da Geografia desde sua gênese, em que seu significado foi sendo alterado de acordo com o direcionamento científico. As alterações referentes ao conceito de região se verificam devido a mudanças dentro da própria Geografia, tendo passado pelo uso das seguintes classificações: *região natural* (surge a partir da inspiração da geologia e entende-se que o ambiente tem certo domínio sobre a orientação do desenvolvimento da sociedade, configurando o *determinismo geográfico*); *região geográfica* ou *região-paisagem* (em que admite-se que a sociedade não é determinada pelo meio em que vive, mas dele dispõe como deseja, transformando-o segundo suas possibilidades); a *região homogênea* e a *região funcional* (tendo como pressupostos análises de âmbito econômico) e o conceito de região associado ao sentimento de pertencimento da população a uma parte do espaço.

1.2 GEOGRAFIA E TURISMO

Para a definição do conceito de espaço deste estudo, necessário entender que, em virtude do tema é necessário arrastar a conceituação de espaço da área de turismo, buscando a comparação como mesmo conceito na área da geografia,

assim, a atividade do Turismo busca, na contribuição da ciência geográfica, arcabouços teóricos para seu estudo e compreensão, e esse fator de análise e entendimento gera uma relação intrínseca, contributiva e inseparável. Dessa forma, é pertinente e necessário embasar-se em conceitos da Geografia para melhor explicar o fenômeno turístico e sua complexa rede de produção, desenvolvimento e operacionalização.

O turismo acontece no espaço geográfico e, sendo a geografia a ciência do espaço, nada melhor do que seus conceitos e fundamentos norteadores para explicar a atividade turística e sua emaranhada forma de realização, influências e transformações do espaço onde acontece.

Segundo Coriolano e Silva (2005, p. 45):

Turismo e Geografia estão intrinsecamente relacionados, pois o Turismo pressupõe o estudo do espaço geográfico, uma vez que os turistas viajam para conhecer lugares. A atividade turística é caracterizada como uma atividade geoeconômica de expressividade, por envolver pessoas nos espaços naturais e produzidos, relacionando as que podem viajar com as que não podem, além dos produtores de serviços turísticos.

Sendo a Geografia a ciência do espaço, é por intermédio da mesma que se pode entender as múltiplas espacialidades e os lugares com suas singularidades, onde se habita e onde acontece e se faz turismo, além de compreender suas relações sócio-espaciais.

Conforme Santos (1994), “o espaço geográfico é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a História se dá”. Ainda segundo o mesmo autor, “o espaço é um meio dinâmico e unitário onde se reúnem materialidade e ação humana”. O espaço seria o conjunto indissociável de ambos os sistemas, “com objetos naturais ou fabricados e ações, deliberadas ou não”. Santos (1994) arremata que “o espaço geográfico é a natureza e a sociedade que se integram em um conjunto contraditório, formado por uma configuração territorial e por relações de produção e relações sociais”.

De acordo com Coriolano e Silva (2005), natureza, sociedade, lugar, paisagem, território, espaço rural e urbano, são alguns conceitos geográficos usados pelos turistas e por quem planeja fazer o turismo. Através da abordagem geográfica,

o turismo passa a ser um fenômeno de organização espacial, à medida que a sociedade o utiliza para interferir nos lugares, sustentando-se a partir dele.

Assim, geradora de controvérsia, não só na geografia, mas também na sociologia, a afirmação de que o turismo está territorializando espaços, possibilita uma conotação subjetiva, não mais por poder jurídico ou legal. Existe então uma turistificação dos espaços, por meio das suas ações.

De acordo com Haesbaert (2004):

Podemos então afirmar que o território, imerso em relações de dominação e ou de apropriação sociedade espaço, desdobra-se ao longo de um continuum que vai da dominação política econômica, mas concreta e funcional à apropriação mais subjetiva e ou cultural simbólica.

Para desenvolver uma análise sobre os diferentes tipos de espaço, buscou-se uma abordagem em primeira instância da definição do espaço geográfico, e para tanto, serão trabalhadas as conceituações acima definidas e os estudiosos que teorizaram a respeito.

1.3 ESPAÇO METROPOLITANO

Com a urbanização, que é o processo de crescimento da população urbana em uma velocidade maior do que cresce a população rural, a característica produtiva se altera de agrícola para a industrial, comércio e serviços. Dessa forma nascem as metrópoles e junto com elas a metropolização ou espaços metropolitanos. As metrópoles geralmente estão no topo da hierarquia urbana de sua área de influência, são muito populosas, facilmente ultrapassando um milhão de habitantes. A metropolização é um processo que incorre na constituição de regiões metropolitanas. É um ato oficial e, portanto, envolve questões políticas de determinação sobre quais municípios devem pertencer a uma determinada região.

Um número muito grande de cidades, indústrias, bairros industriais etc acaba se desenvolvendo nessas regiões metropolitanas e na teoria esses municípios precisam possuir fortes relações entre si. O espaço metropolitano surge a partir do alargamento e expansão dos espaços urbanos, e da necessidade desses espaços na lógica do desenvolvimento para que o urbano cresça e se desenvolva. Essa lógica é intensificada a partir do século XX e principalmente em sua segunda metade

onde sua característica principal é uma aceleração do crescimento urbano. Um dos fenômenos associados a esta expansão por meio de um processo de urbanização brutal, quer nos países desenvolvidos quer nos países em desenvolvimento, é o surgimento de grandes áreas metropolitanas que concentram larga população e atividades econômicas em variados e diversos setores.

Com o turismo não poderia de ser diferente, pois o mesmo é considerado um fenômeno social, econômico, cultural e ambiental de grandes proporções na sociedade contemporânea. De acordo com Luchiari (1998, p.17), alguns processos contemporâneos possuem um papel fundamental nesta articulação entre os lugares e o mundo.

Um destes processos, e o que mais interessa aqui, é aquele relacionado à atividade turística, fenômeno complexo que envolve outros fenômenos sociais, culturais e econômicos da sociedade contemporânea... escolhendo uma expressão deste fenômeno, a urbanização turística, é possível analisar o importante papel desta atividade na concepção do lugar com o mundo.

Conforme Coriolano e Silva (2005), natureza, sociedade, lugar, paisagem, território, espaço rural e urbano, são alguns conceitos geográficos usados pelos turistas e por quem planeja fazer o turismo. Através da abordagem geográfica, o turismo passa a ser um fenômeno de organização espacial, à medida que a sociedade utiliza o turismo para interferir nos lugares, sustentando-se a partir dele.

1.4 ESPAÇO PERIURBANO

Tendo como base os trabalhos de Noronha e Hespanhol (2008) é que o conceito de espaço periurbano foi tomado como referência para compreender os processos e dinâmicas atuais nas áreas de transição rural-urbana.

Segundo os autores, as áreas de transição rural-urbana correspondem em complexos laboratórios sociais resultantes dos processos urbanos cada vez mais intensos no período contemporâneo. Com base na obra de Souza (2005)⁵, os espaços periurbanos são preteritamente rurais tomados por uma lógica urbana de uso da terra. Para Otani; Arraes; Verdi (2007), a principal característica dos espaços periurbanos compreende a complexidade e interdependência entre o campo e a

⁵ *apud* NORONHA; HESPANHOL, 2008, p. 90.

cidade. Vale (2006), por sua vez, lembra que não há consenso em torno de uma definição sobre as áreas de transição rural-urbana, existindo sim uma diversidade de conceitos e noções explicativas, dentre os quais se destacam: *Rural-Urban Fringe*; *Banlilleue*; Franja Urbana ou Rurbana; Sombra Urbana; e, Espaço Periurbano.

O crescimento das áreas de transição rural-urbana ou, espaços periurbanos, segundo esses autores, decorre principalmente por sua localização nas proximidades de eixos viários que ligam duas regiões metropolitanas (ENTRENA DURÁN, 2003).

A complexidade dos espaços periurbanos decorre das relações interdependentes entre o campo e a cidade. Se no passado tal distinção se fazia prevalentemente a partir do uso do solo, no período atual, esse recorte analítico não é mais coesivo.

Para Entrena Durán (2003)⁶, as áreas periurbanas,

[...] são caracterizadas por formas de urbanização dispersa em que, em geral, é altamente complicada distinção clara entre campo e cidade. Isso acontece em um contexto em que as periferias citadinas ou áreas periurbanas tendem a aumentar sua extensão e sobretudo, ter limites cada vez mais indefinidos com respeito à área rural.

Em Tavares (2002, p. 39), citado por Wanderley (2000, p. 111) propõe uma tipologia que distingue três categorias de espaço rural:

os espaços em vias de despovoamento e de abandono; o espaço periurbano que, apesar de próximo aos centros urbanos, mantém as características rurais e a importância da atividade agrícola; o meio rural vivo, que constitui a parcela mais significativa do meio rural, também integrada à sociedade e fortemente marcada pela presença das atividades primárias.

1.5 TURISMO E TERRITÓRIO

Por sua complexidade a atividade do turismo tem encontrado dificuldade para ser definida de forma consensual e de ampla concordância. Dessa forma, o presente trabalho utilizará conceitos que se referenciam em estudiosos e cientistas que analisam o setor.

⁶ *apud* NORONHA; HESPANHOL, 2008, p. 57.

Em termos históricos a atividade turística é um acontecimento relativamente novo, e apenas recentemente tem sido considerada digna de projetos empresariais e estudos acadêmicos. Entretanto, a importância econômica da indústria turística e seu impacto sobre economias, ambientes e sociedades são suficientemente significativos para que o tema mereça consideração acadêmica e estudos aprofundados sobre o tema.

Assim, o conceito de turismo surge no século XVII, na Inglaterra, referente a um tipo especial de viagem. A palavra *tour* é de origem francesa, significa “volta” e tem seu equivalente no inglês *turn* e no latim *tornare* (LICKORISH; JENKINS, 2000). Nesse período surge o costume de mandar os jovens aristocratas ingleses pra fazerem um *gran-tour* ao final de seus estudos, com a finalidade de complementar sua formação e adquirir outras experiências para a vida. Essas viagens eram de larga duração, entre 3 e 5 anos, se fazia por distintos países europeus, e é desta atividade que nascem as palavras turismo, turista e *tour*.

Segundo Theobald (2001, p. 3), etimologicamente, a palavra *tour* (francês) é derivada do latim *tornare*, e do grego, *tornos*, significando um giro ou um círculo. Ou ainda, o movimento ao redor de um ponto central ou eixo. O significado mudou no inglês moderno, passando a representar especificamente um giro. O sufixo, ismo (turismo) é definido como uma ação ou processo, enquanto o sufixo ista, (turista) qualifica aquele que realiza uma determinada ação. Quando a palavra *tour* (francês) e os sufixos isme e iste são agrupadas, representam a ação de um movimento ao redor de um círculo.

Com base em trabalhos desenvolvidos por Acerenza (1991), Torre Padilha (1997), Oliveira (1998) e Trigo (2000) pode-se dizer que a concepção dos termos “turista” e “turismo” estão longe de receber uma definição de consenso. A primeira definição de turismo surgiu em 1911, quando o economista austríaco Hermann Von Schullern zu Schattenhofen escrevia que turismo “é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”.

Segundo Trigo (2000, p. 12) pode-se dizer, em resumo, que qualquer viagem temporária com duração superior a 24 horas é turismo e que as viagens de apenas um dia são excursões. Oliveira (1998) corrobora com a mesma tendência técnica quanto ao período de permanência e considera o aspecto formal da atividade turística afirmando que o turismo é um fenômeno que ocorre quando um ou mais

indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados (OLIVEIRA, 1998, p.33).

Seguindo essa premissa, o fator permanência é que determina o turismo e dessa forma fica perceptível que para a permanência desse turista são necessários serviços indispensáveis como locais de hospedagem, alimentação e facilidades que venham de encontro ao visitante para que este usufrua de forma completa e com qualidade.

Existem alguns elementos de ordem social, cultural e econômicos que não podem deixar de ser mencionados e assim buscamos no pesquisador Oscar de La Torre a sua contribuição na reelaboração do conceito utilizado pela OMT – Organização Mundial do Turismo, que considera o turismo um fenômeno social que consiste nos deslocamentos voluntários e temporários de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômico e cultural (TORRE PADILHA citado por BARRETO, 2002, p.13).

Podem-se observar duas vertentes entre autores que definem o turismo levando em conta principalmente o seu aspecto formal, considerando, por exemplo, a quantidade de dias que um turista permanece num determinado lugar, ao passo que outros procuram analisar as motivações, os fatores determinantes da escolha do local a ser visitado, a infra-estrutura de apoio ao turista, o atendimento a ele dispensado, a preparação e os arranjos necessários para que a atividade aconteça de forma organizada. Seguindo essa linha de raciocínio Acerenza (1991, p. 3), classifica o turismo como sendo um fenômeno eminentemente social, que dá origem a várias atividades como transportes, alojamento, alimentação e outras que geram uma série de efeitos econômicos, sociais, culturais e ecológicos sobre o ambiente.

A atividade turística surge como atividade econômica organizada depois da segunda metade do século XIX utilizando-se de forma elementar dos aparatos de infra-estrutura existentes em razão dos múltiplos usos do território.

Dessa forma Silveira (2002), afirma que o turismo é um dos fenômenos mais dinâmicos e complexos da sociedade, com forte incidência na produção, transformação e organização do território. Nos últimos anos a temática do turismo

vem atraindo pesquisadores das mais distintas formações. Atualmente, geógrafos e outros pesquisadores têm reconhecido a relevância da abordagem do turismo dentro de uma perspectiva científica.

Segundo Rodrigues (1996, p. 22), o fenômeno do turismo, por sua natureza complexa (...), é um importante tema que deve ser tratado no âmbito de um quadro interativo de disciplinas de domínio conexo, em que o enfoque geográfico é de fundamental importância, uma vez que, por tradição, lida com a dualidade sociedade x natureza.

De acordo com Deprest, citado por Luchiarri (1998), até a ascensão da sociedade urbana industrial o tempo do trabalho e do não-trabalho, ou do trabalho e do ócio não eram concebidos como uma ordenação binária da vida. É o trabalho assalariado que institui o ócio como o não-trabalho e, posteriormente, conquista as férias remuneradas como um tempo de lazer em oposição ao tempo de trabalho. O capitalismo industrial destrói a ociosidade como norma e institui o trabalho como valor universal (Deprest, 1997, p.12)⁷.

Ainda segundo Luchiarri (1998, p. 19), é neste período que a concepção contemporânea de turismo toma forma e, aos poucos, vai se afastando da esfera restrita das elites para satisfazer a um leque maior de população assalariada que, por meio de pressões sociais e sindicais, também vai conquistando tempo livre, ou seja, o tempo livre para o turismo das classes populares vai sendo incorporado e admitido no coração do mundo do trabalho.

Conforme Rodrigues (2006, p.297), o turismo só pode ser entendido à luz de matrizes conceituais-metodológicas que iluminam o contexto social da modernidade, particularmente a partir do fordismo, o qual impôs um pacto social baseado na redistribuição de excedente material da produção e na distinção bipolar do espaço-tempo, nomeada como esfera de trabalho e esfera do ócio. Essa dualidade dilui-se no pós-fordismo nos países centrais do capitalismo, mas não desaparece por completo, embora se considere a flexibilidade da produção e dos calendários operativos. Tais ambigüidades dificultam as análises que procuram apreender as dinâmicas dos espaços de lazer, tanto no campo como na cidade, assim como as novas territorialidades produzidas pelo turismo (RODRIGUES, 2006).

⁷ *apud* LUCHIARI, 1998

Alguns autores quando se referem a uma fase pós-fordista do lazer e do turismo, balizam-na a partir dos anos 1980, na qual, entre outras características, observa-se uma maior flexibilidade da oferta como novo paradigma na estrutura produtiva que permite, graças ao manejo da informação, à gestão integrada em um processo contínuo de vários produtos turísticos intermediários, ofertar produtos finais mais elásticos (RODRIGUES, 2006, p. 298). Seguindo essa lógica e dinamismo de mercado ao qual a atividade do turismo está inserida, a necessidade por novos produtos e segmentos torna-se uma realidade constante e,

De acordo com RODRIGUES (2006, p. 299-300)

com a finalidade de competir mais eficazmente no mercado formatam-se novos produtos que contrariam o caráter maciço e o ritmo dos tempos velozes, oferecendo “cultura” e “tradição” – em tratamento personalizado, caseiro, artesanal, familiar, hospitaleiro, que inclui “comida da avó”, pães artesanais, cerveja e vinho caseiros, casas restaurantes, tecidos naturais, ciclismo, antigas vias férreas e trens restaurados, enfim símbolos plenos de apelos nostálgicos que nos remetem ao passado distante, quando o tempo se escoava lentamente, em oposição aos tempos frenéticos e à agitação das grandes metrópoles (...) essas características são largamente utilizadas para o marketing do turismo rural e do ecoturismo, modalidade que tem apresentado um crescimento razoável nas duas últimas décadas, sob o rótulo de segmentos alternativos ao modelo dominante, “sol e praia”.

Ainda segundo mesma autora, é interessante insistir no tema da polaridade entre as esferas de trabalho e de lazer, tanto na sua dimensão social quanto na territorial, o que dificulta sobremaneira a análise mais precisa da natureza das territorialidades turísticas, uma vez que as práticas são cada vez mais imbricadas. Corroborando com esta afirmação Deprest, (1997)⁸, considera que atualmente, é possível distinguir um turismo de massa e um turismo de elite (ecológico, cultural, de aventura, científico etc.), mas se considerarmos o turismo como um fenômeno de consumo de massa, as formas alternativas não são mais que diversificações mercadológicas para garantir um amplo leque de consumidores.

Seguindo a mesma forma de análise e complementação pode-se dizer que existem dois modelos territoriais de turismo, que, em princípio são excludentes por se basearem em lógicas não só distintas, como opostas. Ao primeiro atribuímos o título de “modelo economicista” e ao segundo, “proposta humanista”. Estes dois

⁸ *apud* Luchiari, p. 18.

modelos derivam de observações do processo de implantação do turismo no Brasil, nas duas últimas décadas. Entendemos que o primeiro modelo é um exemplo típico de território descontínuo reticular, de tessitura complexa, de caráter funcional e mercantil, que integra o turismo local regional ao contexto do mercado global, considerando os fluxos do turismo internacional, capitaneados por macro-atores e submetidos a lógicas verticais, enquanto o segundo expressa o território zona, território este visto como abrigo e recurso, prenhe de simbologia, onde predominam as relações de poder local, ditas horizontais (HAESBAERT)⁹.

Ainda segundo Rodrigues, o turismo como atividade monopolista manifesta-se em países pobres e emergentes não somente na inversão direta de capitais, mas também por benefícios outorgados pelo estado a grandes empresas, as quais sem investir em infraestrutura básica obtêm grandes facilidades para a viabilização dos seus equipamentos, tais como *resorts*, grandes hotéis, parques temáticos, aeroportos, marinas, etc. Essa prática caracteriza o processo de implantação de equipamentos turísticos na América Latina, entre os quais o exemplo de Cancún é um dos mais conhecidos, motivado pela valorização dos atrativos tropicais sob o signo sol e praia como já sinalizado anteriormente (RODRIGUES, 2006, p. 306).

Na esteira do conhecimento de Cooper et al (2001, p. 40), “o turismo pode ser pensado como sendo uma ampla gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem”.

Segundo Cooper et al (2001, p. 40) ainda, o turismo é “uma atividade multidimensional é multifacetada, que tem contato com muitas vidas e atividades econômicas diferentes”.

Ainda segundo mesmo autor, não é surpreendente, portanto que tenha-se mostrado muito difícil de definir – a palavra turista apareceu pela primeira vez na língua no início do séc XIX, e, quase dois séculos mais tarde não tem-se um acordo sobre a definição.

Em relação às afirmações acima, complementa-se que a atividade turística é bastante complexa, carregando ainda o estigma de ser considerada uma atividade que se mantém imaturamente desestruturada em seus conceitos.

⁹ *apud* RODRIGUES, 2006, p. 306)

Assim, pode-se compreender o conceito de turismo por suas duas vertentes principais, demanda e oferta. São então apresentadas definições baseadas nestas duas funções do turismo.

Convém ainda considerar que esta problemática ganha nova dimensão a partir dos anos noventa, onde se assiste a um progresso considerável no desenvolvimento e no consenso em torno das definições.

Esses progressos foram acalentados em torno da *International Conference on Travel and Tourist Statistics*, de 1991, da Organização Mundial do Turismo (WTO) sobre estatísticas de viagem e turismo. Essa conferência foi convocada para organizar questões ligadas a definições, terminologias e medição, resultando em pareceres que foram adotados pela Comissão de estatística das Nações Unidas (*United Nations Statistical Commissions – UNSTAT*), e publicadas como *Recommendations on Tourism Statistics* (WTO e UNSTAT, 1994).

Sendo assim, sob um ponto de vista conceitual pode-se pensar em turismo como “as atividades das pessoas que viajam ou permanecem em lugares que não o seu ambiente normal por não mais do que um ano consecutivo, por lazer, trabalho ou outras razões” (WTO e UNSTAT, 1994).

1.6 TURISMO EM ESPAÇO RURAIS

O turismo rural é um segmento que comumente acontece e se apresenta por meio de instalações de hospedagens em casas antigas, fazendas e casas de engenho, além de ter seu desenvolvimento e operacionalização em propriedades modernas, complexos turísticos e hotéis fazenda, localizados em meio ao ambiente rural. Em uma definição mais grosseira este segmento é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

De acordo com Almeida, Froehlich e Riedl (2000, p. 63) o turismo rural deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades e práticas tradicionais.

O turismo em espaços rurais pode ter várias definições, pois é um setor que abrange várias atividades, mas todas com a mesma finalidade de atrair o turista para desfrutar das belezas naturais do campo.

Beni (1998) conceitua o turismo rural como “o deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas”.

Esse deslocamento para espaços rurais diz respeito a propriedades que são abertas ao público para visitação seja, uma fazenda que virou um hotel, uma chácara que foi transformada em um pesque e pague, chalés, enfim são várias opções do que era apenas moradia, e que agora recebe visitantes para passar um dia ou até mesmo dias, dependendo do tamanho do empreendimento.

A EMBRATUR (1998) afirma que “o turismo rural é um conjunto de atividades turísticas comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor ao produto do meio rural, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural das comunidades do campo”.

As atividades envolvidas no turismo rural levam em consideração tudo aquilo que o proprietário era acostumado a fazer em seu dia-a-dia, aproveitando para passar para outras pessoas sua cultura, seu modo de viver, valorizando suas raízes.

A Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR, 1997), entende as características da atividade como:

- Identidade própria;
- Autenticidade;
- Harmonia ambiental;
- Preservação das raízes culturais;
- Divulgação dos costumes e
- Atendimento familiar.

A ABRATURR deixa bem claro o que o turismo rural é, e oferece, pois tudo isto pode ser encontrado em qualquer estabelecimento turístico rural, onde todos têm a mesma simplicidade de atender e receber os visitantes, e são estas características que tornam cada vez mais atrativo o meio rural.

Rodrigues (2000) acredita que

(...) uma tipologia adequada a caracterização do turismo em espaço rural ainda é objeto de discussão. O turismo em áreas naturais é um segmento do turismo que utiliza o patrimônio natural e cultural de forma sustentável, com intercâmbio sob diferentes formas entre homem e a natureza, para promover a conservação dos recursos locais (físicos e humanos), otimizando os custos e ganhos

ambientais, culturais, econômicos e sociais, orientado por planejamentos.

Zimmermann (1998), caracteriza turismo rural como “todas as atividades turísticas endógenas desenvolvidas no meio ambiente natural e humano”. Ainda segundo o mesmo autor turismo rural “é um produto que atende a demanda de uma clientela turística atraída pela produção de bens e serviços no ambiente rural produtivo”.

Dessa forma, o segmento do turismo rural vem para atender esta demanda específica, que procura por algo diferenciado no ambiente rural, e este produto tem se especializando cada vez mais para atender de forma profissional esta parcela.

Ruschmann (1998), destaca que “na sua forma mais original e pura o turismo rural deve estar constituído sobre estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades e práticas tradicionais”.

Na Europa, o turismo rural não é considerado novo. A partir dos anos setenta já se praticava a atividade. Na Itália as pessoas são acostumadas a desenvolverem caminhadas e freqüentar as montanhas e espaços rurais lá existentes. Na Alemanha, Holanda, Bélgica, Luxemburgo e França estão ligados a um povoamento disperso e na Espanha e Portugal são voltados para o espaço agrícola.

Candiotto (2007) expõe que até o final dos anos 80 não existia uma preocupação com o turismo rural. A partir da década de 1990, sobretudo, com o governo FHC, o turismo rural passa a ser considerado como uma modalidade importante para o desenvolvimento do turismo brasileiro.

Para a Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (Setur/RS) o turismo rural é entendido a partir do que expõe o Ministério do Turismo, ou seja, como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (CASTROGIOVANNI, 2009, p. 62).

Dessa forma o planejamento da infra-estrutura e dos equipamentos é indispensável. Alguns autores (JUAN MARTINEZ; SOLSONA MONZONIS, 2000) observam que o turismo rural pode:

- estabilizar, ou pelo menos diminuir, o êxodo rural;

- valorizar o patrimônio natural e cultural do espaço rural;
- contribuir para a melhoria econômica de áreas reprimidas;
- gerar renda complementar aos integrantes das famílias;
- incorporar os filhos maiores ao trabalho remunerado;
- aproximar a população rural a novas culturas;
- melhorar as condições de vida da população;
- propiciar a valorização dos produtos rurais de qualidade.

Ainda segundo Castrogiovanni (2009), por outro lado, associamo-nos aos mesmos autores no pensamento de que a prática do turismo rural, quando não planejada, teorizada e constantemente avaliada, pode trazer o abandono das atividades tradicionais por parte da população rural, a transformação do espaço rural num cenário para manifestação somente durante a estada dos turistas, a degradação da natureza a partir da tecnização, a desteriorização da cultura local, o aumento das diferentes formas de poluição, o surgimento de tensões e animosidades entre vizinhos, entre proprietários e turistas e entre proprietários e gestores municipais, assim como a estandardização dos modos de viver no meio rural. Assim sendo, com o objetivo de organizar, valorizar e desenvolver empresarialmente o “campo”, a Setur/RS propõe uma tipologia para a identificação da oferta de meios de hospedagem e visitação de propriedades turísticas rurais. Essa tipologia está baseada em diversas formas de ver o campo, considerando as atividades e os serviços encontrados. São elas:

- Casas de fazenda: são sedes de fazendas produtivas, históricas ou não, dispendo de área, mobiliário e decoração adequados, onde seu titular compartilha o uso da casa com os hóspedes em regime de exploração familiar, proporcionando a participação nas atividades do estabelecimento.

- Casas de colônia: são casas, em propriedades produtivas, identificadas com a colonização da região, dispendo de área, mobiliário e decoração adequados, onde seu titular compartilha o uso da casa com os hóspedes, em regime de exploração familiar, proporcionando a participação nas atividades da propriedade:

- Fazendas-hospedaria: são fazendas produtivas que dispõem de equipamentos e instalações independentes e próximas da sede, destinadas exclusivamente ao alojamento dos hóspedes, proporcionando a participação nas atividades da propriedade.

- Hospedarias coloniais: são propriedades coloniais produtivas, que dispõem de equipamentos e instalações independentes e próximas da sede, destinadas exclusivamente ao alojamento dos hóspedes, proporcionando a participação nas atividades da propriedade.

É pertinente ressaltar que junto às atividades e serviços definidos e estabelecidos para o bom desenvolvimento da prática de turismo rural existem algumas preocupações conquanto a implantação do mesmo, pois segundo Castrogiovanni (2009, p. 64):

- os ruralistas resolvem transformar a sua propriedade em estabelecimento turístico sem ter conhecimento teórico de turismo. Acreditam que o turismo é uma atividade comercial simplista.

- durante o aumento da demanda, que geralmente é sazonal, os proprietários resolvem abandonar as lidas do “campo”, mantendo apenas aquelas destinadas aos turistas. Com a diminuição da procura, desesperam-se.

- os proprietários não têm conhecimento sobre hospedagem e atendimento.

- falta mão-de-obra especializada para o desenvolvimento da atividade turística.

- os proprietários não possuem preparo para receber pessoas “estranhas” na sua propriedade.

- os proprietários não sabem o que oferecer ao turista para agregar valor aos seus produtos.

- os proprietários desconhecem a importância do *marketing* para o turismo.

- os proprietários não estão organizados em associações ou entidades de classe.

- os proprietários desconhecem os direitos e os deveres para quem oferece e para quem compra produtos turísticos.

Ainda segundo mesmo autor, no estabelecimento das práticas do turismo rural tem sido levantado inúmeras inquietudes, dentre as quais se destacam: quais são as propriedades que possuem melhores condições para receber os cidadãos? Quais são as relações custo-benefício para a implantação do turismo rural em uma propriedade ou município? Qual o perfil do turista que o empreendedor rural deseja receber e o que deve oferecer para esse turista? Qual é a participação do poder público no financiamento, na implantação, na qualificação e na manutenção do turismo rural no município? Os proprietários rurais estão preparados para receber

“estranhos” em suas propriedades e compartilhar os afazeres diários? O que fazer quando não recebem hóspedes? Essas, entre tantas preocupações, devem ser extensamente discutidas, não apenas na família, mas na comunidade e entre os envolvidos, sem esquecer de que o planejamento, mesmo no caso do turismo rural, é fundamental para o sucesso da proposta. E para complementar a análise é importante que o turismo rural não deva ser visto isoladamente numa comunidade, tanto do ponto de vista econômico, como, principalmente, do ponto de vista sociocultural e administrativo (CASTROGIOVANNI, 2009, p. 64).

Conforme Eadington e Smith (1992), os espaços rurais e os espaços possuidores de elementos naturais excepcionais têm ganhado relevo no concerto dos espaços do ecoturismo e dos lazeres. A crescente urbanização do mundo bem como das pessoas, provoca um afastamento forçado dos espaços rurais e das áreas que conservam um relativo equilíbrio ecológico. A revalorização turística da ruralidade e do ambiente é uma resultante desse divórcio entre homem e natureza envolvente, entre o construído e o natural, entre a agitação e a tranquilidade, entre o urbano e o rural, entre as massas e o indivíduo. No turismo a procura de novos espaços, recursos e práticas de lazer tornam-se fatores de gênese, os mesmos que na atualidade parecem estar no centro das atenções na procura de novas respostas à massificação que se faz sucessivamente nos espaços turísticos com maior atividade.

No Brasil, o turismo rural organizado como atividade econômica inicia-se em Lages (Região Sul – Santa Catarina), na Fazenda Pedras Brancas, em 1984. Foi constituída uma Comissão Municipal de Turismo que apoiou um estudo sobre a procura potencial pelo turismo rural, o qual sustentou o lançamento de um novo produto na oferta turística brasileira. A criação do Programa Institucional de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo Rural integrado no âmbito da Política Nacional do Turismo 1996-1999, permitiu implementar uma rápida dinâmica de crescimento turístico em diversas áreas rurais dos estados brasileiros, e em alguns casos onde não havia qualquer tipo de oferta turística poucos anos atrás.

Segundo Rodrigues (1998), observa-se que está havendo um tipo de lazer e/ou turismo, ou seja, a cultura rural colonizando o espaço urbano, como um resgate das tradições rurais que foram obliteradas com a cultura urbana. Esse passado é ainda muito recente para os brasileiros, pois até o ano de 1964 a população rural no Brasil era superior à urbana. Foi apenas a partir daquele ano que a população

residente nas cidades começou a ser mais expressiva numericamente. Na atualidade há uma tendência de valorização da cultura chamada tradicional, e esse movimento não é apenas brasileiro. Trata-se de um fato que caracteriza os países de vertente cultural capitalista onde o fenômeno do inchaço urbano cada vez mais expressivo traz consigo uma nova fonte geradora de estresse. Os festejos rurais invadem a cidade, onde muitos clubes, alguns já no perímetro urbano convencionalmente estabelecido, se dedicam à atividades de herança rural como bailes sertanejos ou *country*. Esses festejos que tradicionalmente aconteciam em junho – festas juninas – ganham nova dimensão. Multiplicam-se os espaços para leilões de gado, feiras e exposições, rodeios e outras atividades de cunho rural.

A importância do segmento do turismo rural vem sendo discutida de forma contundente por órgãos da iniciativa privada e pública. Nessa mesma linha de pensamento o turismo rural de acordo como SEBRAE (2000) quando devidamente planejado e orientado propicia diversos benefícios, tais como:

- Diversificação de renda: cria uma nova receita financeira à atividade já existente na zona rural;
- Geração de empregos: o turismo rural garante aos proprietários a geração de mão de obra com as atividades que podem ser desenvolvidas;
- Efeito multiplicador: o turismo rural gera vários benefícios, pois há um retorno para a economia local, por estimular outras atividades como artesanato e alimentos;
- Preservação do patrimônio natural: o turista que busca um maior contato com a natureza o encontra no turismo rural, sendo que este oportuniza para a conscientização e preservação dos patrimônios naturais;
- Preservação do patrimônio cultural: o turista também busca conhecer a cultura, a história de regiões diferentes, por isso o turismo rural busca a preservação das raízes e valorização das culturas existentes;
- Melhoria na qualidade de vida local: a vantagem da atividade desenvolvida no meio rural é que a população tem uma melhoria na infraestrutura básica como luz, água, telefonia, estradas e outros;
- Diversificação dos pólos turísticos: com a abertura de novas opções no meio rural, os destinos já muito freqüentados abrem espaço para essa outra modalidade e são deixados um pouco de lado;

- Melhoria da formação educacional do homem do campo: a maioria dos proprietários dos atrativos rurais devem buscar estudar conhecer mais sobre a área, para melhorar a qualidade no serviço prestado e este conhecimento gera benefícios para o meio rural em geral e;
- Desenvolvimento do espírito de participação e parceria: a parceria com outros empreendedores da região gera resultados positivos para todos, sem contar que é interessante a fundação de uma associação local para a congregação dos esforços.

Estas características vão de encontro ao objeto de estudo deste trabalho, ou seja, a Colônia Mergulhão, o Caminho do Vinho e conseqüentemente a Associação do Caminho do Vinho (ACAVIM), trazendo retorno para os municípios que investem na atividade, o que será discutido em tópico especial deste estudo, ressaltado pela metodologia de pesquisa de campo, ferramenta utilizada para a comprovação desta afirmação.

1.7 DESENVOLVIMENTO DO TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS NO BRASIL

No decorrer da história recente da atividade turística no Brasil, é necessário salientar que a mesma vem se desenvolvendo de forma empírica e natural sobre tudo em decorrência à riqueza e as potencialidades existentes de um sem número de atratividades, tanto de âmbito natural quanto cultural espalhadas pelo território nacional, e não por métodos e esquemas de planejamento com vistas ao desenvolvimento da atividade, de forma sistematizada e consciente levando em consideração uma cronologia de curto, médio ou longo prazos conforme a necessidade de intervenção e/ou manutenção por parte do estado. Conforme Silveira (2002, p. 82), “O Brasil, apesar de possuir muitas vantagens comparativas em relação a outros países - um território extenso com recursos naturais e culturais em abundância, por exemplo - apenas recentemente passou a inserir-se de fato no mapa do turismo mundial”.

Em relação a uma efetiva intervenção do estado por meio de políticas públicas direcionadas ao setor do turismo nota-se um maior interesse e atenção por parte do governo, visto a formulação de planos, programas e projetos direcionados ao fomento e estruturação da atividade a partir do início da década de 90.

Ainda segundo Silveira (2002), a partir da proposição pelo governo federal do PLANTUR- Plano Nacional de Turismo, em 1992, que foi o primeiro plano estatal especificamente voltado para o setor, o turismo passa a ser incluído em outros planos e programas governamentais formulados na época e, em certos casos, até mesmo alguns anos antes. A atividade turística no Brasil é um processo razoavelmente novo, assim como os instrumentos políticos que direcionam esse segmento. Da mesma forma que entendemos a pouca e efetiva ação no setor específico da atividade, de forma ampla as políticas específicas para o turismo rural no país também são recentes.

Para normatizar a atividade turística e definir as políticas públicas de turismo no país, foi organizada uma estrutura federal, a partir do decreto-lei nº 55, de 18 de novembro de 1966, determinando-se a criação do CNTUR (Conselho Nacional do Turismo) e da EMBRATUR, atual Instituto Brasileiro de Turismo (BENI, 2006).

Becker (1996) resgata as políticas públicas para o turismo no Brasil e mostra que a política nacional de turismo iniciou em 1958, através das regulamentações exercidas pelo governo de Juscelino Kubitschek. Em 1966, a EMBRATUR foi criada como uma autarquia, porém, como o país estava sob o governo do regime militar, o instituto se manteve centralizado e controlado. Na década de 1980, ocorreu uma liberação do mercado turístico, e em 1987, a maior proximidade do turismo com a questão ambiental, fez a EMBRATUR lançar o turismo ecológico. Com o advento da Constituição de 1988, os Estados e Municípios ganharam maior autonomia, incentivados pela descentralização. Em 1992, no governo Collor, é implantada uma nova política nacional de turismo, baseada na descentralização, dando maior poder aos Estados e Municípios, incorporando desejos, iniciativas e necessidades vislumbradas pela iniciativa privada.

De acordo com Cruz (2002), a elaboração de uma política de turismo, definida por objetivos e estratégias, somente surgiu na década de 1990, no governo Fernando Henrique Cardoso, no entanto, as questões jurídicas da Política Nacional de Turismo (1996 – 1999), foram aprovadas no governo Collor. A Política Nacional de Turismo implantada a partir de 1996, enfatizou a articulação entre governo e iniciativa privada. O autor aponta os grandes programas nacionais para o turismo:

- Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) – criado em 1994, o programa estabeleceu que fosse de responsabilidade dos municípios o

papel de realizar inventários do potencial turístico e organizar a oferta turística municipal.

- Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) – destinados para quatro regiões: Amazônia Legal-Centro-Oeste, Sul, Sudeste e Nordeste, entretanto, só as regiões Nordeste e Sul receberam os investimentos. Em 1991, foi implantado o PRODETUR Nordeste, a fim de melhorar as condições de infra-estrutura básica. Já o PRODETUR Sul se centralizava no financiamento público (federal e estadual) de infra-estruturas turísticas.

- Programas de ecoturismo, com destaque para o Programa Parques do Brasil e PROECOTUR Amazônia, de 1990.

Conforme o Decreto nº 1.946 de 28 de junho de 1996, foi criado o PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), cujo objetivo é a promoção do desenvolvimento sustentável no meio rural, entre as famílias agrícolas. O programa estava vinculado ao Ministério da Agricultura e Abastecimento até 1999, atualmente vincula-se ao MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário) (SANTOS, 1994) ¹⁰.

Segundo Melo (2005), o PRONAF foi desenvolvido a fim de estabelecer um padrão de desenvolvimento sustentável para a agricultura familiar, aumentando e diversificando a produção, gerando mais emprego e renda. O programa está fundamentado nas linhas de ação, de negociação de políticas públicas com órgãos setoriais, financiamento de infra-estrutura e serviços, crédito rural e capacitação para os agricultores. A linha de crédito específica para o turismo rural surgiu em 1999, ano em que as atividades não-agrícolas passaram a ter espaço no programa (PEDRON; KLEIN, 2004).

A partir de 2003, o PRONAF ganhou mais força com as novas linhas de crédito e vantagens para o financiamento de atividades como a agroindústria e o turismo rural. Em 24 de julho de 2008, por meio da Lei nº 11.326 foram estabelecidas as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais (SANTOS, 1994)¹¹. De acordo com Brasil, Ministério do Desenvolvimento Agrário (2007) ¹², o PRONAF, destina-se ao apoio financeiro das atividades agropecuárias e não-agropecuárias desenvolvidas

¹⁰ *apud* FONTOURA, 2008

¹¹ *apud* FONTOURA, 2008)

¹² *apud* PHILERENO, 2008.

através da força de trabalho do produtor rural e de sua família. Entende-se por serviços, atividades ou renda não-agropecuários, aqueles relacionados ao turismo rural, à produção artesanal, ao agronegócio familiar e à prestação de serviços no meio rural, que sejam compatíveis com a natureza da exploração rural e com o melhor emprego da mão-de-obra familiar.

Conforme Philereno (2008), duas linhas de créditos beneficiam diretamente os produtores que se enquadram no turismo rural:

1. Investimento para projetos de Desenvolvimento Integrado por Unidades Agroindustriais (PRONAF/AGROINDÚSTRIA): investimentos restritos às atividades agropecuárias e agroindustriais.

2. Investimento para Agregação de Renda e Atividade Rural (AGREGAR): os beneficiários são agricultores familiares e trabalhadores rurais para o financiamento de atividade agropecuária; beneficiamento e processamento da produção agropecuária e de produtos artesanais e não agropecuárias como a exploração do turismo e lazer rural.

Segundo Santos (1994)¹³, em 1998 foi realizado o I Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, na UFSM (Universidade Federal de Santa Maria). Na ocasião do evento foi lançada a Carta de Santa Maria, pelos empreendedores de turismo rural. A carta propõe uma normatização específica, estímulo à capacitação de profissionais e à pesquisa, criação de associações locais e regionais integradas a uma instituição de ordem nacional. Por ocasião do evento e das proposições da Carta de Santa Maria, as discussões institucionais entre 1999 e 2003 tomaram novos impulsos contribuindo dessa forma para a confecção das Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. Seguindo uma linha de pensamento que se apresentava por intermédio da sociedade em níveis institucionais e da iniciativa privada, no governo do Presidente Luis Inácio Lula da Silva, por meio da Secretaria de Políticas de Turismo, associada à técnicos e aos envolvidos no segmento, lança as Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil 2003-2007.

O turismo rural ordenado segundo as Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil (2003) teve a finalidade de contribuir para:

¹³ apud FONTOURA, 2008.

- Ordenar o segmento Turismo Rural, através de normas, critérios e procedimentos técnicos e legais que orientam e estimulam a atividade;
- Promover e estimular a eficiente informação/comunicação no setor, por intermédio da produção, disponibilização e disseminação de informações para orientar o planejamento, a gestão e promoção da atividade;
- Promover a articulação de ações institucionais e intersetoriais;
- Promover e viabilizar incentivos para o desenvolvimento da atividade, por meio de recursos que estimulem a implantação, adequação e melhoria de infraestrutura e serviços;
- Incentivar e apoiar formas eficientes de promoção e comercialização;
- Promover e estimular a capacitação de recursos humanos, ou seja, preparar os agentes e atores envolvidos na atividade para atuarem voltados para a qualidade;
- Estimular o envolvimento de comunidades locais, através da motivação e envolvimento da comunidade de forma participativa em relação aos benefícios do Turismo Rural ordenado e integrado, valorizando os talentos locais;
- Promover, incentivar e estimular a criação e adequação de infra-estrutura para o setor, de forma integrada ao ambiente e às especificidades sociais e culturas locais.

É pertinente e salutar dizer que as diretrizes procuram estabelecer normas, critérios, procedimentos técnicos e legais além das iniciativas de planejamentos, articulações, incentivos fiscais e capacitação dos atores envolvidos. Acrescentamos que o documento propõe o envolvimento do governo, de parceiros, da comunidade e do setor privado para a implantação de um turismo rural sustentável integrado e que o mesmo seja uma alternativa de renda para o pequeno agricultor, permitindo ao visitante/turista o contato com costumes e tradições do meio rural.

Deve-se ressaltar que antes da implantação das diretrizes referentes ao Turismo Rural, em 01 de janeiro de 2003, por meio da medida provisória nº 103, que posteriormente foi convertida na Lei nº 10.683 de 25 de maio de 2003, criou-se o Ministério do Turismo, o qual publicou o primeiro documento de caráter geral, com a finalidade de organizar e desenvolver o setor de turismo nas escalas nacional, estadual e municipal, o PNT 2003-2007 (Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas) (SANTOS 1994)¹⁴. Com o propósito de dar continuidade à uma

¹⁴ *apud* FONTOURA, 2008

política de cunho descentralizado, conforme a Secretaria de Estado e Turismo do Paraná (2006), em 2004 foi lançado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que é um modelo de gestão descentralizada, coordenada e integrada, o qual está inserido dentro do Macroprograma de Estruturação e Diversificação da Oferta Turística, do PNT (2003-2007).

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é uma evolução do PNMT, pois o desenvolvimento regional só é possível quando há um forte preparo na unidade base da região: os municípios. A partir da regionalização, os municípios poderão se articular para coordenar conjuntamente seus esforços, garantindo melhores resultados nas suas ações de desenvolvimento do turismo local e regional (PARANÁ, 2006).

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2004, p. 9) o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil amplia o foco do desenvolvimento da atividade turística no País. A proposta é transformar as ações, antes centradas nos municípios, em uma política pública mobilizadora, capaz de promover mudanças por meio de um planejamento sistematizado e participativo, a fim de coordenar o processo de desenvolvimento turístico de forma regionalizada no Brasil. Ainda de acordo com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, a regionalização é entendida como “A organização de um espaço geográfico em regiões para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada da atividade turística” (BRASIL. Ministério do Turismo, 2004, p.11).

Conforme Candiotto (2007), o governo Lula também criou em 2004 o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (PNTRAF), desenvolvido pelo MDA, a partir da Rede TRAF (Turismo Rural na Agricultura Familiar), criada em 2001. A Rede TRAF se constitui em uma articulação nacional de instituições governamentais e não-governamentais, técnicos e agricultores familiares organizados, que atuam nas atividades do turismo rural com o objetivo de fortalecer a agricultura familiar e promover o desenvolvimento rural sustentável (PNTRAF, 2004)¹⁵. Em resumo a Rede TRAF é formada por instituições governamentais, não-governamentais e agricultores familiares, que tem a proposta de fomentar, fortalecer e promover o turismo como uma alternativa de desenvolvimento e melhoria na

¹⁵ *apud* CANDIOTTO, 2007, p.7

qualidade de vida dos agricultores familiares. O programa oferece instrumentos como crédito para o investimento, capacitação, assistência técnica e extensão rural.

De acordo com Candiotto (2007), a Rede TRAF foi de suma importância para a elaboração do PNTRAF, pois, além das experiências empíricas vivenciadas pelos técnicos, agricultores e outros atores, toda a fundamentação teórica e conceitual presente no Programa provém das oficinas e debates promovidos pelos membros da rede. O próprio conceito para o TRAF foi elaborado durante a oficina regional de Turismo Rural na Agricultura Familiar, em BH – MG (2003), pela Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar – Rede TRAF e adotado pelo MDA (BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004), e diz respeito à atividade turística que ocorre na unidade de produção dos agricultores familiares que mantém as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos (PNTRAF, 2004)¹⁶.

Conforme o governo, o PNTRAF tem como objetivo promover o desenvolvimento sustentável, por intermédio da implantação e fortalecimento de atividades turísticas pelos agricultores familiares, gerando renda e postos de trabalho no meio rural, conseqüentemente melhorando as condições de vida no campo (BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004). O programa enfatiza que o turismo rural tem benefícios econômicos – quando há um aumento da renda dos agricultores; sociais – quando resgata ou revigora a cultura e os valores ambientais – quando os recursos naturais são utilizados racionalmente.

Conforme o Ministério do Desenvolvimento Agrário (BRASIL, 2004), o PNTRAF está fundamentado nos seguintes princípios:

1. Associativismo;
2. Valorização e resgate do patrimônio cultural e natural;
3. Inclusão dos agricultores familiares e suas organizações, respeitando relações de gênero, geração, raça e etnias;
4. Gestão social da atividade, priorizando a interação dos agricultores familiares e suas organizações;
5. Estabelecimento de parcerias institucionais;

¹⁶ *apud* CANDIOTTO, 2007, p.8.

6. Manutenção do Turismo Rural como uma atividade complementar às atividades típicas da agricultura familiar;
7. Compromisso com uma produção agropecuária de qualidade e com processos agroecológicos;
8. Apreensão da multifuncionalidade da agricultura familiar no Brasil, respeitando os valores e especificidades regionais;
9. Descentralização do planejamento e gestão deste programa.

Os beneficiários do PNTRAF são os produtores familiares tradicionais e assentados por programas de reforma agrária, extrativistas florestais, ribeirinhos, indígenas, quilombolas, pescadores com métodos artesanais, povos da floresta, seringueiros e suas organizações (BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004).

O programa tem como diretrizes promover a formação e capacitação continuada para os atores do turismo rural na agricultura familiar; readequar ou implantar uma infra-estrutura básica para o segmento; fornecer linhas de crédito; normatizar a atividade segundo o estabelecimento de uma legislação; criar um mercado favorável em consonância a promover uma articulação nas três escalas do gestor municipal, estadual e federal.

A partir de uma análise das políticas públicas para o turismo, Cruz e Sansolo (2004) explicitam que o governo Lula também segue a mesma política proposta pelo governo FHC, em uma perspectiva economicista para o segmento, pensando no turismo como uma cadeia produtiva desvinculada do planejamento do território. Na mesma linha de pensamento o governo Lula acrescenta a competitividade, colocando em maior evidência o caráter e importância das políticas públicas para o setor e cria um paradoxo ao usar a expressão desenvolvimento sustentável.

CAPÍTULO 2 – CARACTERÍSTICAS DA ÁREA DE ESTUDO

2.1 HISTÓRICO DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS

As descrições sobre a origem de São José dos Pinhais estão relacionadas aos objetivos da navegação portuguesa de descobrir novas terras possuidoras de metais preciosos. A primeira expedição portuguesa à região do primeiro planalto foi chefiada por Francisco Chaves – coordenada por Martin Afonso de Souza, que chegou a capitania de São Vicente em 1531.

Diz-se que a mesma foi dizimada pelos índios ibirajaras (coroados), próximo ao Rio Goyá-Cové, atual Rio Iguaçu. Os índios tinguis (nariz fino) também habitavam este planalto. Na expansão da economia aurífera – séc. XVII -, a busca de novas lavras pelos garimpos foi além dos vales dos rios que deságuam na Baía de Paranaguá e direcionam-se às escarpas do Serra do Mar.

As lavras do Atuba, Arraial Queimado, Botiatuva, Canguiri e Arraial Grande destacaram-se como as mais importantes na exploração dos rios do primeiro planalto.

Esta última contribuiu para o surgimento do primeiro povoamento na região, denominado posteriormente Pila de Pedra e São José dos Pinhais -, tendo seu apogeu entre 1660 e 1690.

Em 1693 foi erigida a Capela de Bom Jesus dos Perdões por iniciativa do padre João da Veiga Coutinho, na sua fazenda “Águas Belas”, hoje região do Aeroporto Afonso Pena.

Na medida em que esta ficou pequena surgiu a Capela São José – edificada e demolida duas vezes – e no início do séc XX foi construída a Igreja Matriz de São José dos Pinhais.

A fase de decadência da mineração foi superada a partir de 1730 com o tropeirismo e, conforme descrições da época (1780), a freguesia de São José tornou-se o ponto de encontro de diversos caminhos, principalmente o do Arraial Grande, por onde passava o gado, produtos agrícolas e a erva mate de diversas povoações.

Datam do séc XVIII os primeiros alvarás de licença para os estabelecimentos de ofícios (como sapateiros e ferreiros), loja de secos e molhados, fazendas e outros.

Pela Lei Provincial número 10 de 16 de junho de 1.852, a Freguesia foi elevada à categoria de Vila, cuja instalação se deu em 08 de janeiro de 1853. Através da Lei Provincial 474, de 05 de abril de 1877, a Vila de São José dos Pinhais passou a ser sede de Comarca.

Produziam milho, trigo, feijão, fumo, congonha (erva mate), charque, toucinho, e criava gado, cavalos e carneiros; alguns destes produtos eram exportados para Buenos Aires e Montevideú.

O declínio do tropeirismo favoreceu a instalação de dois engenhos de beneficiamento de mate, que recebiam a erva já seca pelos diversos barbaquás da região. A única via de acesso ao litoral para escoamento do produto – o Caminho do Ambrósios (São José a Província de Santa Catarina) apresentava buracos e alguns trechos intransitáveis dificultando o trajeto. Em meados do século XIX havia nove fazendas de criação de animais, dois engenhos de erva mate, 89 casas urbanas e 10 chácaras.

Os produtos de primeira necessidade, com exceção dos alimentares, eram supridos em grande parte pelo trabalho artesanal e serviços domésticos como cozinheiro, alfaiate, carpinteiro, arreeiro, engomadeira e arrumadeira.

Na segunda metade do século do século XIX a região recebeu imigrantes poloneses, italianos e ucranianos, os quais organizaram-se em colônias, dedicando-se à agricultura de subsistência. Na década de vinte referiam-se a São José dos Pinhais como o grande celeiro de Curitiba, pois as carroças partiam diariamente cheias de gênero – principalmente alimentícios – para serem comercializados.

As atividades rurais foram diversificadas na indústria e no comércio e, a partir da século metade do século, várias olarias e haras instalaram-se na zona rural.

O município mantém até hoje dezenas de colônias como Murici, Marcelino, Campo Largo da Roseira, Zacarias e outras, onde se destacam as culturas e tradições de imigrantes, poloneses, ucranianos, alemães e italianos.

São José dos Pinhais está localizado na região metropolitana de Curitiba, com parte de seu território na Mata Atlântica, junto a Serra do Mar. É um dos maiores municípios do Paraná em área, rico pela fauna e flora e patrimônio cultural e histórico.

FIGURA 1: Localização de São José dos Pinhais no território nacional



Fonte: imagem disponível em www.googlemaps.com.br, acesso em 21 abr 2011.

FIGURA 2: Região Metropolitana de Curitiba



Fonte: imagem disponível em www.googlemaps.com.br, acesso em 21 abr 2011.

Sua área é de 945,6 Km², e uma população estimada em 260.000 habitantes. Os índices abaixo estabelecem um panorama do desenvolvimento do município.

Taxa de urbanização

São José dos Pinhais	89,75%
----------------------	--------

Fonte: IBGE - 2000

Índice de desenvolvimento infantil (IDI)

São José dos Pinhais	0,600
Paraná	0,594
Brasil	0,539

Fonte: UNICEF - 2000

Índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM)

2000	0,796
------	-------

Fonte: IPEA - 1991-2000

Índice de desenvolvimento humano – renda (IDH-R)

São José dos Pinhais	0,731
Paraná	0,736
Brasil	0,723

Fonte: IPEA - 2000

Índice de desenvolvimento humano – educação (IDH-E)

São José dos Pinhais	0,893
Paraná	0,879
Brasil	0,849

Fonte: IPEA - 2000

Índice de desenvolvimento humano – longevidade (IDH-L)

São José dos Pinhais	0,764
Paraná	0,743
Brasil	

Fonte: IPEA - 2000

São José dos Pinhais foi escolhida para instalação do maior pólo automotivo do sul do país, abrigando a montadora francesa Renault e a alemã Audi Volks.

O município, situado a 15 km do centro de Curitiba é estrategicamente cortado pela BR 277, que leva aos portos de Antonina e Paranaguá e às praias; e pela BR 376, principal corredor entre Curitiba, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, e daí aos países do Mercosul. Também tem fácil acesso à BR 116, por meio do Contorno Leste, que liga Curitiba, ao Rio Grande do Sul, São Paulo, Rio de Janeiro, entre outras.

São José dos Pinhais foi um dos destaques em âmbito estadual e nacional no Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, lançado em 1994. Dentre os 5.000 municípios do país a cidade integrava a lista dos 800 municípios em condições técnico-organizacionais para promover o desenvolvimento da atividade turística.

O município possui o selo de ouro do turismo, como município prioritário para o desenvolvimento do turismo, honraria concedida pela EMBRATUR em 2002, somente às cidades que executam ações sérias para desenvolver o setor de forma sustentável, garantindo assim o equilíbrio social, cultural, econômico e ambiental.

O município abriga o Aeroporto Internacional Afonso Pena, considerado o mais moderno terminal aeroviário da América Latina, com capacidade para atender 3 500 000 passageiros por ano e o torna o oitavo maior aeroporto brasileiro.

2.2 TURISMO EM SÃO JOSÉ NO CONTEXTO DA RMC

Novas tendências surgem na prática do turismo e do lazer determinadas por fatores e interesse crescente por questões relativas ao meio ambiente, particularmente pela qualidade ambiental do lugar nos destinos turísticos, aumento por parte dos turistas na procura de experiências mais autênticas caracterizam um turismo mais alternativo e de convívio com o modo de vida, costumes e cultura locais. A necessidade emergente de práticas de lazer mais saudáveis e uma demanda crescente por tranquilidade e relaxamento que a vida no campo oferece, em contraste com o estresse da vida urbana tem criado maior interesse em cuidar da saúde física e mental e, portanto, da busca por espaços rurais periurbanos no âmbito das regiões metropolitanas para a prática do turismo.

De acordo com Silveira (s/d), no plano econômico, essas formas alternativas de turismo são vistas como uma opção para o desenvolvimento de regiões e localidades, cujas características as identificam como espaços rurais ou espaços

naturais protegidos, ou simplesmente, lugares que possuem recursos naturais e culturais não degradados e potencialmente exploráveis para fins turísticos.

Outro aspecto é que esses tipos de turismo são apresentados com uma formatação diferenciada do produto turístico convencional ou de massa, na medida em que são planejados como turismos especializados, geralmente praticados em pequena escala, assim como seu desenvolvimento, além de ser economicamente viável, deve ter como princípios a preservação do meio ambiente e a promoção do bem estar das populações locais.

De acordo com plano governamental para o turismo, foram definidas algumas ações que vêm sendo realizadas a partir da década de 90. Dentre estas ações, cabe destacar o programa Anel de Turístico que envolve a RMC no total. Com base nas informações desse plano, o município de São José dos Pinhais destaca-se pelo forte planejamento turístico, pois possui órgão, conselho, inventário turístico e plano de desenvolvimento turístico.

Ainda de acordo com o programa, sobre a infra-estrutura, serviços e equipamentos turísticos, possui,

[...] além do Aeroporto Internacional Afonso Pena, 20 agências de turismo, 8 hotéis, 9 transportadoras turísticas e 2 guias de turismo cadastrados no MTUR, além de 6 meios de hospedagem alternativos. Também possui destaque a zona rural do município, com a existência do roteiro turístico “Caminhos do Vinho”, que engloba 21 pontos de visitação, dispendo de material promocional e transporte público municipal que passa pelo trajeto. No entanto, o Caminho não é comercializado por nenhuma agência de turismo, não possui posto de informações, falta sinalização no trajeto e comunicação visual com os nomes das propriedades, além de haver problemas com a segurança pública (PARANÁ, 1999, p. 20).

Esta capacidade de atendimento a atividade turística, por parte do município de São José dos Pinhais, o qualifica como importante pólo de atração na RMC, sendo o Caminho do Vinho, responsável por uma fração considerável, quando pensado no contexto do Turismo Rural e Cultural desenvolvido na região estudada.

2.3 A COLÔNIA MERGULHÃO NO CONTEXTO LOCAL E REGIONAL

FOTO 1: Placa indicativa da Colônia Mergulhão



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Localizada em área rural, a Colônia Mergulhão, situa-se entre as Colônias Acyoli, Murici e Rio Pequeno, a 10 Km da sede do município de São José dos Pinhais.

As primeiras famílias a se estabelecerem na Colônia Mergulhão foram as Famílias Daldin, Bortolan, Bim, Juliatto, Pissaia e Possobom, trazendo a tradição da produção artesanal do vinho e outros costumes. A Colônia Mergulhão possui esse nome devido ao grande número de pássaros aquáticos que viviam na região, como o mergulhão caçador (*Podilymbus Podiceps*)

FOTO 2: Portal Caminho Do Vinho



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 3: Portal Caminho Do Vinho



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

De acordo com o site oficial da Colônia Mergulhão, as ruínas da primeira Capela, encontram-se na chácara da Família Possobom (séc.XIX). Em 1938 foi erigida a segunda Capela de N. Sra. da Imaculada Conceição, em espaço cedido pela Família Daldin e construída pela comunidade, na estrada principal da Colônia - Estrada do Mergulhão. Em 1992 a Capela é demolida, dando espaço à da atual, preservando-se o Campanário (1952).

FOTO 4: Capela Nossa Senhora da Imaculada Conceição.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Núcleo de imigrantes italianos que se estabeleceram na região, vindos do Vêneto – norte da Itália. Esta região forneceu 30% do total de emigrados para o Brasil, entre 1870 e 1920, saindo do porto de Gênova, e de outras regiões como Sicília, Sardenha, Calábria, em busca de novas oportunidades para a sobrevivência e de prosperidade, visto que a Europa passava por grande crise econômica.

Na área rural que corta o Caminho do Vinho, a fazenda onde se localiza a Pousada Bela Vitte apresenta chalés individualizados para pernoite de casais e famílias. Para grupos de jovens, existe uma edificação com maior número de leitos. As edificações de pernoite estão dispostas em proximidade ao restaurante e bancas

de venda de produtos alimentícios. As edificações se encontram inseridas nos espaços e atrativos naturais.

A exemplo do citado acima, as demais instalações de turismo são pequenas bancas situadas ao longo do Caminho do Vinho, onde os proprietários das fazendas podem oferecer produtos típicos, não havendo outras rotas que cortem as fazendas e ofereçam ao turista a prática do turismo rural. Assim, ao visitante é possível apenas apreciar os trechos das vinícolas conjugados à estrada. Essa conformação permite destacar que o turismo explorado nessas fazendas é apenas gastronômico, apesar de ser incrementado com atrativos culturais.

FOTO 5: Caminho do Vinho com Capela ao fundo.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

O Caminho do Vinho localiza-se entre a Costeira e a Colônia Murici, em região rural. De acordo com a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo do Município,

[...] a identificação do potencial turístico da região ocorreu em 1998, quando foi realizado o inventário para posterior elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais. Em 1999 iniciaram-se as reuniões participativas com a Comunidade, onde foi apresentada a proposta do projeto “Caminho do Vinho” (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, SICT, 2011).

O Programa Caminho do Vinho é coordenado pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, abrangendo as áreas da Colônia Mergulhão e arredores,

fomentando ações de desenvolvimento, divulgando o folclore, artesanato, comidas típicas, a valorização do patrimônio histórico-cultural, por meio do estímulo à preservação e conservação das casas históricas, qualidade dos produtos comercializados como o vinho, suco, grapa e licores, produtos coloniais (salames, queijos, compotas, bolachas, conservas, entre outros) e agrícolas, transformando a região em um ‘produto turístico’ diferenciado. (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, SICT, 2011).

FIGURA 3: Mapa pictórico do Caminho do Vinho.



Fonte: Material publicitário Associação Caminho do Vinho.

FOTO 6: Portal Caminho Do Vinho.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 7: Portal Caminho Do Vinho



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 8: Trecho do caminho com placa indicativa de atrativo.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 9: Parte do Caminho do Vinho com asfalto.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 10: Caminho do Vinho com calçamento em paralelepípedo.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Ainda de acordo com a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, atualmente o Caminho do Vinho, possui 30 propriedades rurais envolvidas nas mais diversas atividades como cantinas e adegas, restaurantes e cafés coloniais, chácaras de lazer, minhocário, pesque-pague, pousada, entre outras e, mantém ainda hoje edificações típicas da colonização italiana, bem como de outras influências, consideradas de valor histórico, ainda utilizadas como residências das famílias Bortolan, Hungaro, Daldin, Juliatto e Pissaia.

FOTO 11: Sinalização indicativa.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 12: Caminho do Vinho com sinalização indicativa.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 13: Espaço para Eventos.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 14: Estabelecimento Rural.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 15: Placa sinalizando Equipamento Turístico.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 16: Sinalização turística diversa.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Aos sábados e domingos, na Linha Turismo-Caminho do Vinho, com embarque em frente ao Shopping São José, os visitantes percorrem o Caminho do Vinho em 05 rotas diferentes, terminando o passeio em cafés coloniais aos sábados e iniciando com almoço aos domingos, sendo recebidos e acompanhados com Guia de Turismo credenciada, integrante da comunidade e caracterizada de italiana.

2.3.1 Atividades econômicas da colônia mergulhão

O Mergulhão, como é conhecido hoje, é ponto de comercialização de vinhos, queijos, salames, conservas, geléias, mel, hortifrutigranjeiros e outros produtos artesanais que podem ser adquiridos junto aos produtores que vêm mantendo viva a tradição trazida pelos primeiros imigrantes, como a linguagem, a dança e a culinária.

O Projeto Caminho do Vinho não objetiva apenas conservar a cultura, mas também valorizar os elementos ambientais e sociais como qualificar os serviços e adequar e diversificar a infraestrutura turística do local, pois esta localidade conta com apenas um meio de hospedagem (não classificado pela Embratur) em funcionamento, isso tudo visando à sustentabilidade do local, preservando o cotidiano da população. Para este fato ser concretizado a Prefeitura incentiva os moradores da localidade com oficinas de aprendizado sobre turismo e apoio financeiro, dentro do possível, mas que faz da localidade um mercado turístico em desenvolvimento.

Se bem divulgado, os produtores podem ter rentabilidade com a atividade turística a se desenvolver na localidade, como parece que vêm tendo. Porém é importante sempre visar à qualidade no serviço. Deve-se levar em conta que o turismo traz retornos em longo prazo, e muitos moradores querem um retorno em curto prazo, mas vencido esses “empecilhos”, a localidade e população local, devem caminhar para um único objetivo, o sucesso.

De acordo com dados fornecidos pelo Departamento de Turismo da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo - SICTUR -, da Prefeitura de São José dos Pinhais, na safra de 2002, os fabricantes do local produziram 100.000 litros de vinhos aproximadamente (somando todos os fabricantes).

Ainda de acordo com dados da SICTUR, existem na Colônia quatro tipos de uva e cinco tipos de vinho. São eles:

- Uvas:

- Terci (bordô);
- Bejaraca;
- Niagara Branca;
- Dona Zila (plantada recentemente)
- Vinho:
 - Tinto (feito da Terci);
 - Seco, Doce e Rose (feitos da Bejaraca);
 - Branco (feito da Niágara Branca).

FOTO 17: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 18: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 19: Indicação de Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 20: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 21: Idem foto 31.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

De acordo com os registros da SICTUR, até outubro de 2003, 50 produtores rurais desenvolveram atividades econômicas na região da Colônia Mergulhão, sendo que muitos deles trabalham com mais de uma atividade e/ou produto.

Além das atividades rurais, existem segundas residências campestres, conforme, Langenbuch (1977), pois a região em estudo situa-se em São José dos Pinhais, que pertence a uma grande metrópole, e possui chácaras de veraneio, mas este autor restringe este conceito a metrópole paulistana, ou seja, a Grande São Paulo, então Rodrigues (2001) diz que a lógica não se restringe apenas à São Paulo mas também é encontrada em outras metrópoles como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, mas de acordo com os estudos também em Curitiba.

Baseando-se na categorização de Rodrigues (2001), pode-se afirmar que a Colônia Mergulhão pode ser classificada como sendo de origem agrícola, de colonização européia, turismo rural contemporâneo, cuja uma das variantes é o turismo de caça e pesca.

Já pelas definições de Pierre Defert (1985), a região do Mergulhão possui os seguintes agentes envolvidos na atividade do turismo rural:

- ✓ Produtores rurais (agricultores e pecuaristas);
- ✓ Produtores, comerciante de artesanatos e serviços (vinhos, hospedagem, pesque-pague);
- ✓ Moradores de residências secundárias;
- ✓ Os turistas.

Ainda observando Pierre Defert (1985), essa visão dos agentes do turismo decorrente de sua postura e de seu comportamento, demonstra com clareza os diferentes aspectos relacionados com a exploração desse tipo de turismo. E deverão ser considerados com o objetivo de minimizar os aspectos negativos e de maximizar os positivos. Ou seja, todos esses agentes, se “entrosados”, podem vir a desenvolver uma determinada localidade.

Utilizando o conceito de Rushmann (2000) sobre produto turístico, pode-se dizer que os componentes do produto Mergulhão são:

- As atrações – a área verde da região, um dos principais atrativos da região, as festas, diversos pesque-pagues, boa qualidade do vinho lá produzido.
- As facilidades – proximidade da cidade de Curitiba e da sede do município de São José dos Pinhais, o que facilita o acesso à localidade.

➤ A herança cultural – conservação de algumas propriedades dos primeiros colonizadores, a tradição e costumes dos imigrantes italianos, a língua, a dança, a produção artesanal do vinho, as comidas típicas.

CAPITULO 3 – PROCEDIMENTOS DA PESQUISA E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Face ao que foi analisado e à trajetória seguida, tornou-se pertinente levar a cabo a elaboração de um estudo de caso. No entanto, para uma compreensão mais ampla, não só foi feito uma abordagem analítica da área de estudo, como também uma abordagem comparativa com outro(s) estudo(s) de caso. O estudo de caso consiste numa “categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa aprofundadamente” (TRIVIÑOS, 1987, p. 133). No estudo de caso qualitativo “nem as hipóteses nem os esquemas de inquirição estão aprioristicamente estabelecidos, a complexidade do exame aumenta à medida que se aprofunda no assunto” (TRIVIÑOS, 1987, p. 134).

Dito isto, numa primeira análise exploratória de forma a detectar os pontos de enfoque, utilizamos dados coletados em relatórios técnicos, documentos de órgãos de pesquisa, dissertações e teses, disponíveis em bibliotecas e na internet.

Posteriormente, foram realizadas visitas à comunidade, de forma a explorar as atividades sociais/ econômicas. Abordaram-se também alguns elementos da população, através de algumas conversas informais, com o objetivo de captar novas idéias.

Para o estudo optou-se por uma metodologia qualitativa, devido à especificidade do que se ambicionou apurar e, também, porque a metodologia qualitativa “responde com clareza quando ao investigador interessa mapear e compreender o modo de vida dos respondentes fornecendo-lhe uma ‘descrição detalhada’ de um meio social específico” (Gaske in SANTOS, 2004, p. 39). Por isso, uma abordagem quantitativa levaria a uma análise mais superficial e extensiva, e o que se pretende é uma análise aprofundada e intensiva para poder chegar a uma conclusão em relação às dimensões de análise.

Outra das razões para a opção deveu-se ao fato da análise qualitativa ter como vantagem a flexibilidade, “uma vez que as categorias de análise não são rígidas nem a análise está restrita a uma fase em que os dados já tenham sido recolhidos” (MOREIRA, 1994, p. 97).

Deste modo, foram escolhidas as técnicas que mais se adaptam para dar resposta às questões de partida e aos objetivos do trabalho. Uma vez seleccionados os focos principais a analisar, em que esses são compostos por pessoas que os

representam, escolheu-se a entrevista como técnica principal, utilizando entrevistas semi-estruturadas e também a realização de pesquisa documental. Nas entrevistas semi-estruturadas o entrevistador faz sempre certas perguntas principais, mas é livre de alterar a sua seqüência ou introduzir novas questões em busca de mais informação. O entrevistador tem, assim, a “possibilidade de adaptar este instrumento de pesquisa ao nível de compreensão e receptibilidade do entrevistado” (MOREIRA, 1994, p. 133).

Já no que diz respeito à pesquisa documental, esta foi utilizada para a exploração inicial do campo de estudo. Esta pesquisa caracteriza-se pela coleta de dados, “escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias” (LAKATOS E MARCONI, 1996, p. 174). Como forma a complementar este estudo, ao longo do processo de coleta de dados procuremos informações documentais que fossem válidas para as conclusões. Contudo, não se trabalhou apenas com dados primários. No decorrer do trabalho empírico houve a necessidade de recolher dados secundários.

A escolha dos entrevistados foi feita com a máxima atenção, embora cientes de que esta seleção poderia ser alterada no desenvolvimento da pesquisa, por falta de tempo, inadequação, entre outras. Tal como Triviños sustenta, a escolha seguiu o critério da aproximação e realização de contactos informais iniciais com as pessoas envolvidas no processo social que analisamos (TRIVIÑOS, 1987).

Desta forma, e de acordo com as questões de partida e as dimensões de análise definidas, e tendo em conta que o estudo se baseia numa metodologia qualitativa, optou-se por selecionar, como já referenciado, alguns representantes das entidades determinadas como “vértices” importantes da comunidade. Partindo destes “vértices”, pode-se detectar uma possível existência de uma teia que envolva o turismo rural na comunidade do Mergulhão e seu desenvolvimento local.

Segundo Platt, deve-se “tratar os estudos de caso com base em critérios explícitos e ordenados. (...) Nas entrevistas qualitativas devem ser colocados os mesmos tópicos (e respectivas variações) a todos os inquiridos; e devem ser feitos todos os esforços no sentido de explorar com idêntico pormenor cada ocorrência de fenômenos significativos” (PLATT)¹⁷.

¹⁷ in MOREIRA, 1994, p. 97).

Seguindo este ponto de vista, a metodologia apresentada, foi orientada para responder as perguntas por meio do estudo empírico. Essas perguntas foram formuladas de acordo com o que se quer compreender e tendo em conta o corpo teórico do trabalho. As perguntas são similares a todos os entrevistados, de forma a detectar a coerência e consistência das opiniões recolhidas. As perguntas específicas a cada pessoa entrevistada visam adquirir informação de sua visão sobre a comunidade, sobre as ações do poder público, e sua opinião sobre o turismo rural, tendo em conta a entidade que representam.

A metodologia aplicada nesta pesquisa fundamentar-se nas etapas a seguir:

- Levantamento sócio-espacial da região: a partir de pesquisas, foram computados dados acerca do desenvolvimento econômico – empregabilidade, renda *per capita*, investimentos, etc. – e referenciais que atingem diretamente o potencial de ampliação geográfico e o seu reflexo na expansão turística da região supracitada;
- Levantamento e estudos das Políticas no âmbito Federal, Estadual e Municipal aplicadas na região de São José dos Pinhais/PR: quais as políticas públicas específicas adotadas para o desenvolvimento do setor do Turismo na região, e quais os investimentos e consequências decorrentes deste movimento;
- Estudos bibliográficos relacionados às políticas governamentais destinadas ao setor de Turismo: fundamentação teórica acerca da legislação destinada ao desenvolvimento turístico de uma região;
- Análises de estudos e trabalhos realizados nos diversos setores de desenvolvimento da região do Caminho do Vinho – São José dos Pinhais/PR: verificação dos investimentos específicos realizados pelos diferentes setores na região estudada, bem como sua representação na promoção da comunidade;
- Impactos relativos à implantação das Políticas Públicas no município: análise das políticas aplicadas na região do Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais/PR, e seus reflexos no desenvolvimento social, cultural e econômico;
- Análise de estudos específicos desenvolvidos para o setor de turismo no município de São José dos Pinhais/PR: levantamento de dados do município, e Caminho do Vinho em especial, através de inventário turístico, diagnóstico e pesquisa de oferta e demanda turística;
- Aplicação de pesquisa de campo: pesquisa de cunho quantitativo e qualitativo por intermédio de questionários, com investigação referente à leitura e avaliação dos proprietários de propriedades rurais e estabelecimentos comerciais

conquanto ao real desenvolvimento do turismo na região denominada Caminho do Vinho, localizado na Colônia Mergulhão – São José dos Pinhais/PR, como já citado anteriormente. Através de entrevistas, participarão também desta pesquisa pessoas ligadas à Gestão Pública do setor de Turismo do município.

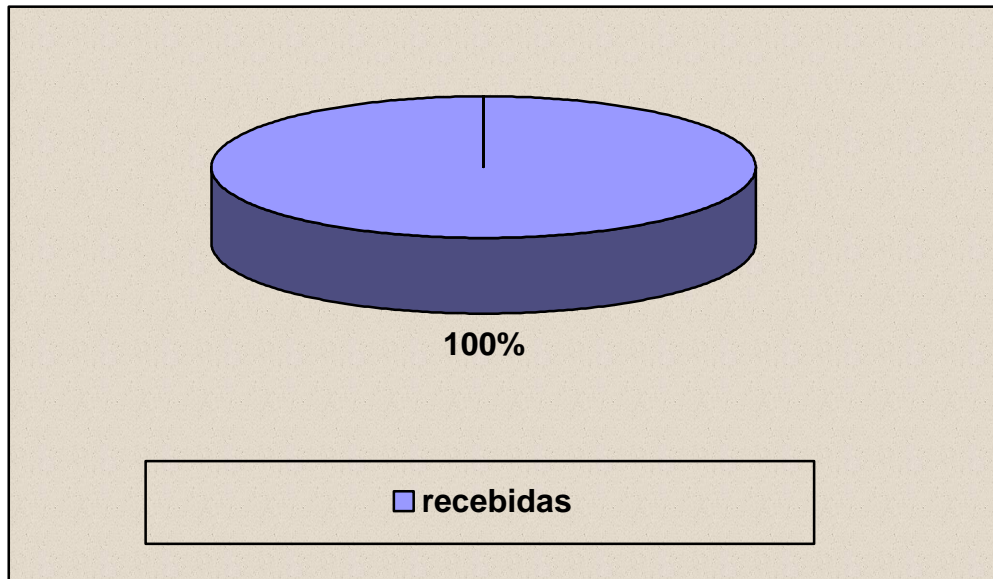
Foram incluídos no segmento 1 os membros da comunidade local, empreendedores do Caminho do Vinho, conhecedores da realidade sócio econômica da área estudada. No segmento 2 foram incluídos os gestores públicos conhecedores das políticas públicas de fomento ao turismo local.

A presente dissertação é um estudo transversal de observação direta com emprego de abordagem qualitativa e, portanto, visa compreender de forma subjetiva o problema proposto, não tendo sua representatividade expressada de forma numérica.

A técnica para a coleta de dados foi a de entrevista semi estruturada, realizada de forma individual, por meio de um roteiro flexível, sendo que os atores inseridos nesta pesquisa, foram identificados de duas maneiras distintas, G= gestores e E= população local. Para a análise foram utilizados os trechos das falas sendo extraídos os trechos relevantes para o presente estudo.

As questões, para a discussão e análise, foram agrupadas em categorias, com a finalidade de englobar temas semelhantes. Foram ainda analisados os dois roteiros de forma separada, ou seja, foi realizada uma análise do roteiro para o segmento 1 e outra análise para o segmento 2. O cruzamento dos dados coletados será apresentado na conclusão deste estudo.

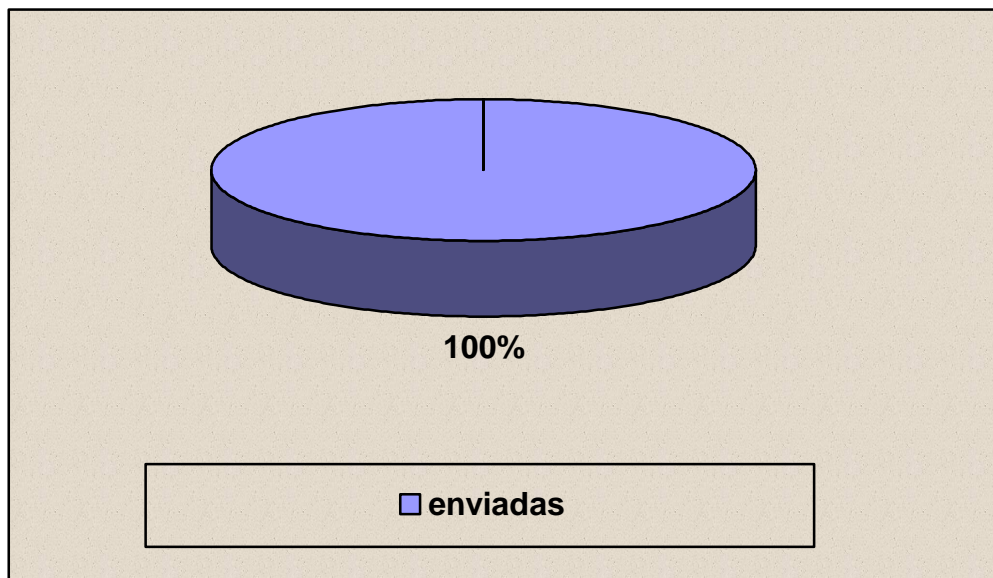
GRÁFICO 1: PERCENTUAL ENTRE OS QUESTIONÁRIOS RECEBIDOS E ENVIADOS AOS GESTORES LOCAIS



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que houve um retorno de 100% dos questionários enviados aos gestores selecionados como público alvo.

GRÁFICO 2: PERCENTUAL ENTRE OS QUESTIONÁRIOS RECEBIDOS E ENVIADOS AOS MORADORES DO CAMINHO DO VINHO

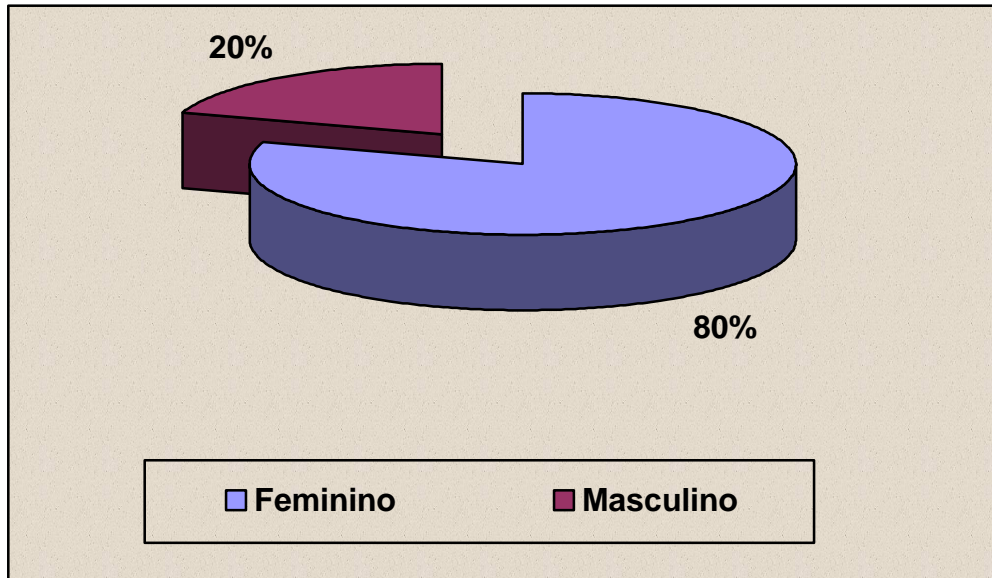


FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico demonstra que 100% dos questionários enviados foram recebidos.

Os gráficos a seguir representam o segmento 1, ou seja, a população de habitantes da área de estudos que foi pesquisada como amostra.

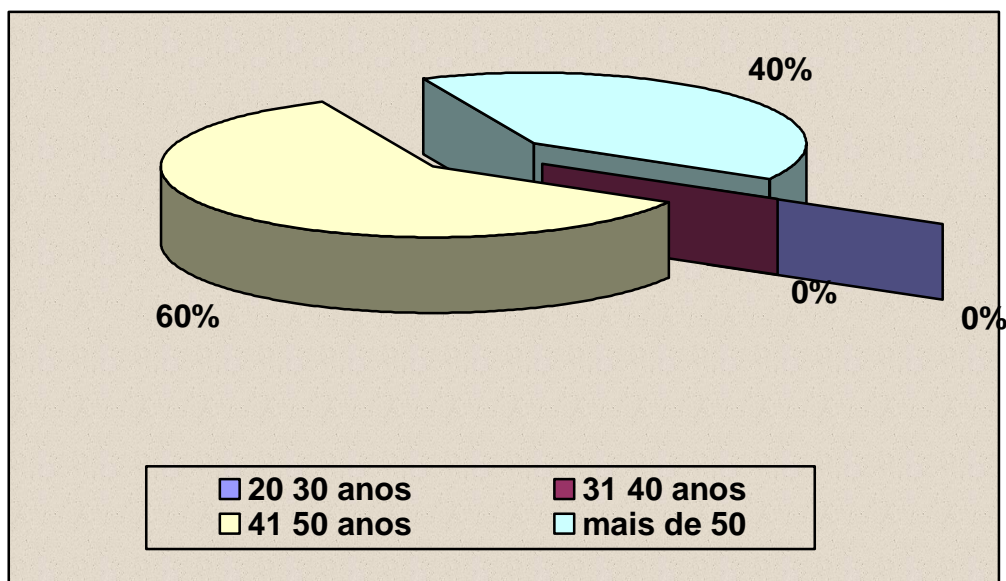
GRÁFICO 3: SEXO DOS ENTREVISTADOS



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que 80% dos entrevistados é do sexo feminino e 20% são do sexo masculino

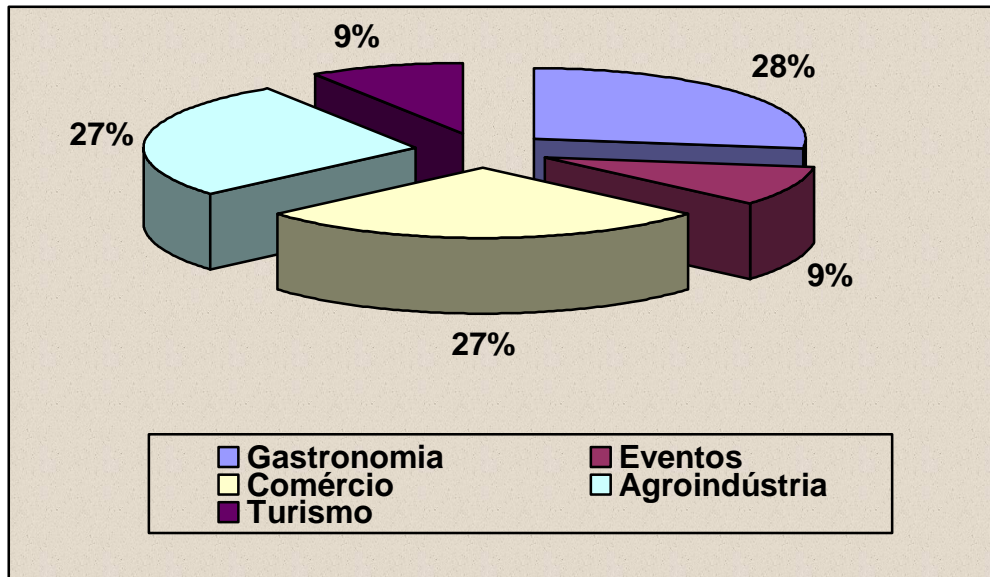
GRÁFICO 4: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico demonstra que 60% dos entrevistados estão na faixa etária entre os 41 a 50 anos, enquanto que 40% estão com mais de 50 anos. Não houve entrevistados nas demais faixas etárias.

GRÁFICO 5: ÁREA EM QUE ATUAM OS ENTREVISTADOS



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que 28% dos entrevistados trabalham com algum tipo de gastronomia, enquanto que 27% trabalham com comércio e agroindústria e 9% trabalham com eventos e turismo.

Assim pode-se entender que o fato de apresentar-se uma ampla gama de atividades econômicas encontra respaldo na afirmação de Cooper et al (2001) onde “o turismo pode ser pensado como sendo uma ampla gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem”, destacando assim a complexidade da atividade turística.

FOTO 22: Pequena propriedade no Caminho Do Vinho.



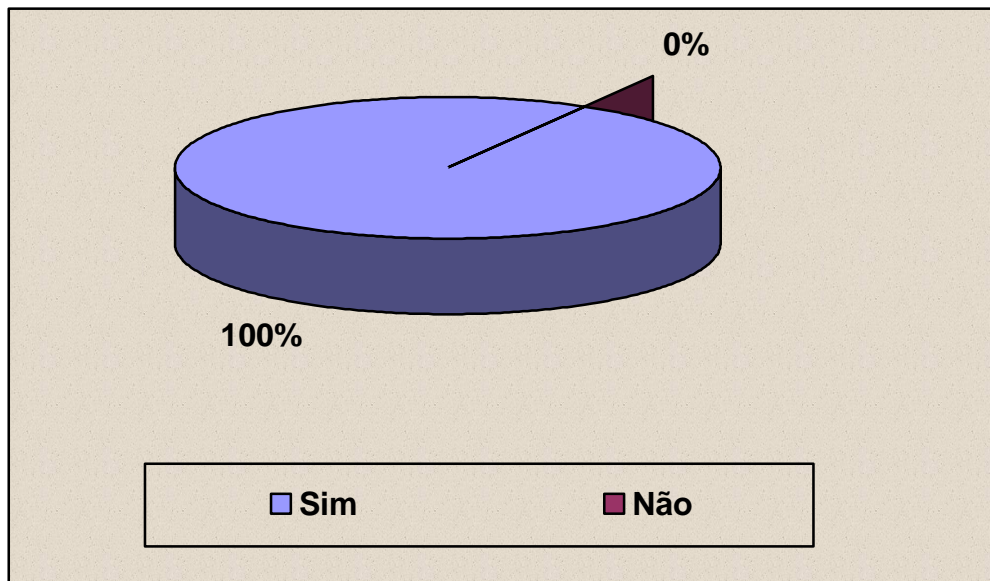
Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 23: Pequena propriedade ao longo do percurso.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

GRÁFICO 6: CONHECIMENTO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS

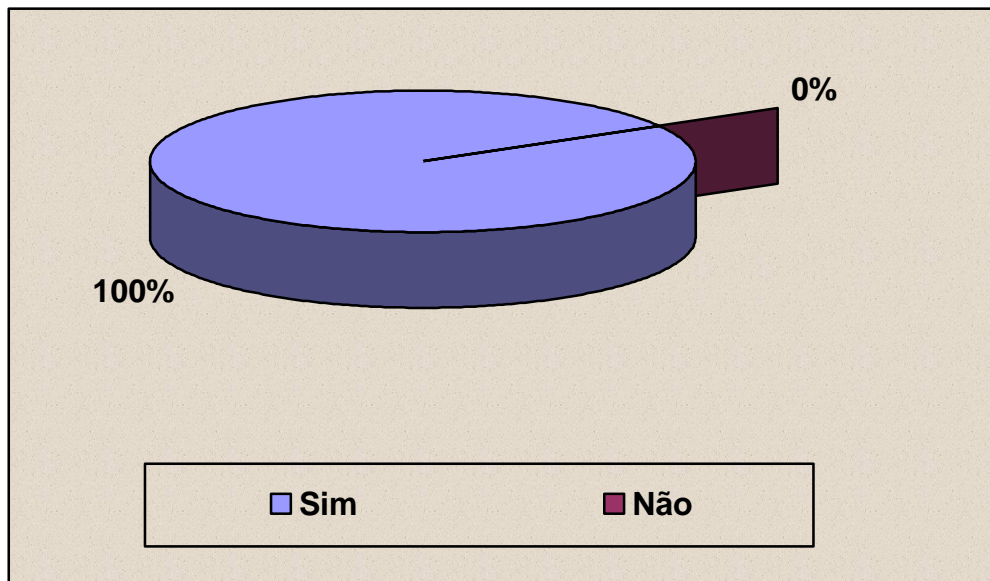


FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados conhece as políticas públicas implantadas para o desenvolvimento do projeto Caminho do Vinho.

O conhecimento das políticas públicas implantadas na área estudada condiz com o apresentado no corpo do trabalho, onde destaca-se a efetiva intervenção do estado por meio de políticas públicas direcionadas ao setor do turismo, com maior interesse e atenção por parte do governo, visto a formulação de planos, programas e projetos direcionados ao fomento e estruturação da atividade a partir do início da década de 90.

GRÁFICO 7: VENDA DE PRODUTOS TRADICIONAIS



FONTE: elaborado pelo autor

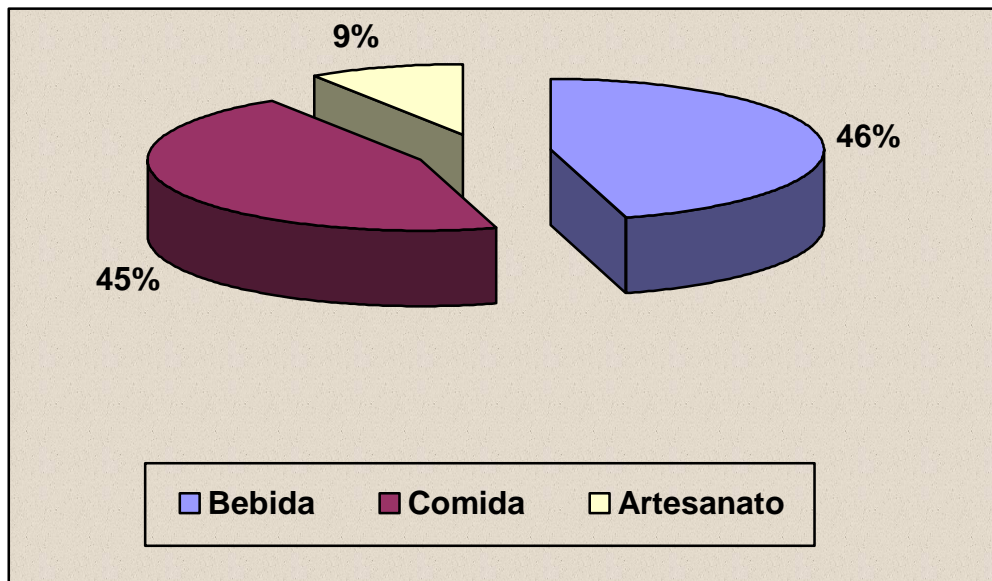
O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados comercializa produtos tradicionais. O trato com os produtos tradicionais da região são na verdade uma imbricação com a definição de turismo rural, que afirma este segmento é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

As atividades envolvidas no turismo rural levam em consideração tudo aquilo que o proprietário era acostumado a fazer em seu dia-a-dia, aproveitando para passar para outras pessoas sua cultura, seu modo de viver, valorizando suas raízes.

A Associação Brasileira de Turismo Rural (ABRATURR, 1997), entende as características da atividade como:

- Identidade própria;
- Autenticidade;
- Harmonia ambiental;
- Preservação das raízes culturais;
- Divulgação dos costumes e
- Atendimento familiar.

GRÁFICO 8: TIPOS DE PRODUTOS VENDIDOS PELO SETOR 1



FONTE: elaborado pelo autor

Dentre os produtos tradicionais comercializados, o gráfico acima demonstra que 46% dos entrevistados trabalham com bebidas, 45% com comida e 9% com artesanato.

FOTO 24: Oferta de produtos nos estabelecimentos ao longo do Caminho do Vinho



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 25: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 26: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 27: Vinícola.



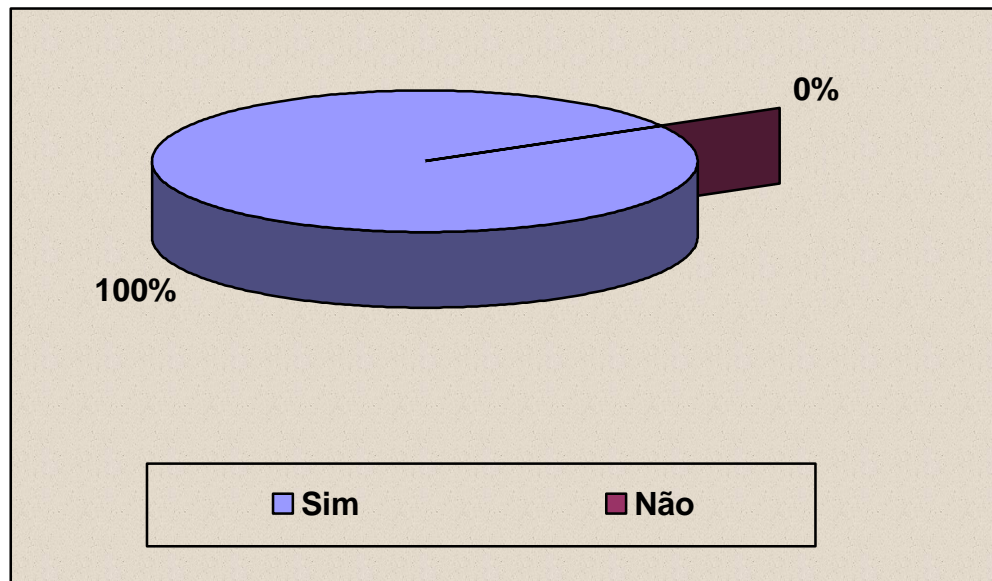
Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 28: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

GRÁFICO 9: AUMENTO DA RENDA COM A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS TRADICIONAIS.



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados aumentou a sua renda com a comercialização de produtos tradicionais.

Uma das principais características do turismo rural é o fomento de novos empregos e expansão das possibilidades de aumento da renda do empreendedor local.

Alguns autores (JUAN MARTINEZ; SOLSONA MONZONIS, 2000) observam que o turismo rural pode:

- estabilizar, ou pelo menos diminuir, o êxodo rural;
- valorizar o patrimônio natural e cultural do espaço rural;
- contribuir para a melhoria econômica de áreas reprimidas;
- gerar renda complementar aos integrantes das famílias;
- incorporar os filhos maiores ao trabalho remunerado;
- aproximar a população rural a novas culturas;
- melhorar as condições de vida da população;
- propiciar a valorização dos produtos rurais de qualidade.

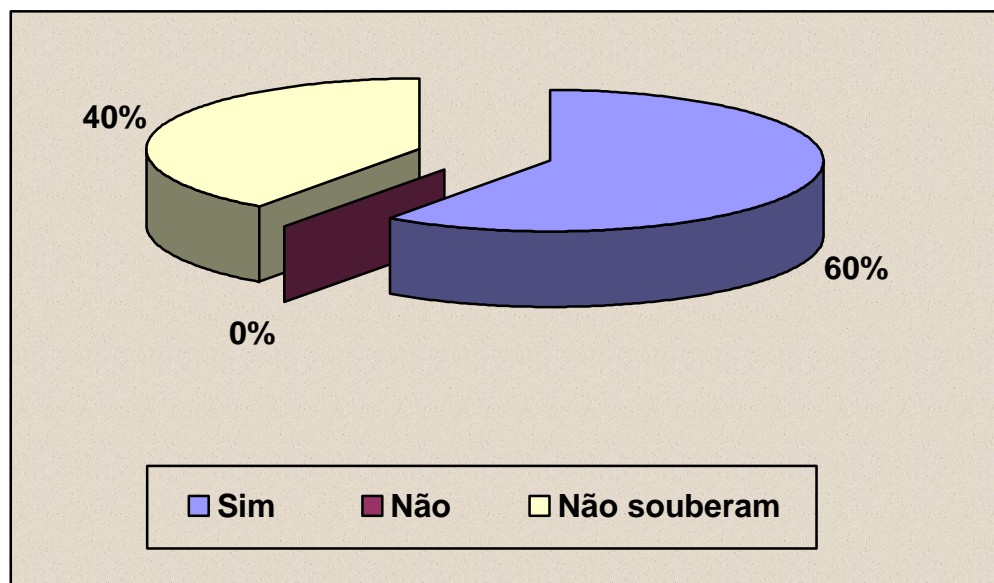
Tal comprovação aparece nas falas dos entrevistados da comunidade local.

E4: “nossa renda atual é bem melhor que há dois anos atrás. Não temos outra fonte de renda e a família de 4 pessoas vivi do negócio”.

E5: “Houve um aumento significativo na renda familiar”.

O aumento de renda é também uma das preocupações existentes na implantação das políticas públicas. Um exemplo é o PNTRAF, que tem como objetivo promover o desenvolvimento sustentável, por intermédio da implantação e fortalecimento de atividades turísticas pelos agricultores familiares, gerando renda e postos de trabalho no meio rural, conseqüentemente melhorando as condições de vida no campo (BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2004).

GRÁFICO 10: EXISTÊNCIA DE UMA GASTRONOMIA PRÓPRIA



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que 60% dos entrevistados acreditam que exista uma gastronomia própria, enquanto 40% não souberam responder a pergunta.

De acordo com o E6: *“a gastronomia difundida é a tradicional italiana, presente no dia a dia das famílias”*.

Possuir uma gastronomia própria da região é uma das principais articulações que devem ser incrementadas quando se pensa na implantação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo rural.

Outros tipos de ofertas devem também ser pensadas quando se propõe um plano para incremento do turismo rural:

- Casas de fazenda: são sedes de fazendas produtivas, históricas ou não, dispendo de área, mobiliário e decoração adequados, onde seu titular compartilha o

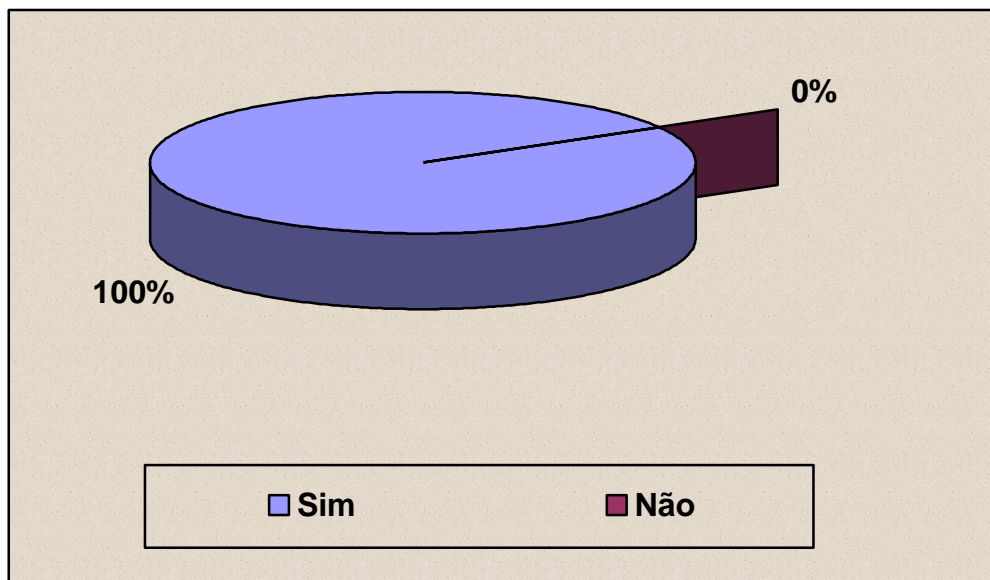
uso da casa com os hóspedes em regime de exploração familiar, proporcionando a participação nas atividades do estabelecimento.

- Casas de colônia: são casas, em propriedades produtivas, identificadas com a colonização da região, dispendo de área, mobiliário e decoração adequados, onde seu titular compartilha o uso da casa com os hóspedes, em regime de exploração familiar, proporcionando a participação nas atividades da propriedade:

- Fazendas-hospedaria: são fazendas produtivas que dispõem de equipamentos e instalações independentes e próximas da sede, destinadas exclusivamente ao alojamento dos hóspedes, proporcionando a participação nas atividades da propriedade.

- Hospedarias coloniais: são propriedades coloniais produtivas, que dispõem de equipamentos e instalações independentes e próximas da sede, destinadas exclusivamente ao alojamento dos hóspedes, proporcionando a participação nas atividades da propriedade.

GRÁFICO 11: EXISTÊNCIA DE FESTA SAZONAL/TRADICIONAL NA COMUNIDADE



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados conhece as festas tradicionais da comunidade.

Nas falas dos entrevistados observa-se:

E4: “nós temos a festa do vinho e mostra de folclore que acontece em agosto, o que é uma vitrine do roteiro e nessa hora mostramos a cultura e a gastronomia local com simplicidade”.

E2: “fazemos parte do circuito italiano e o Caminho do Vinho é divulgado através da já tradicional Festa do Vinho e Mostra de Folclore, em que participam vários grupos mostrando suas tradições. Nesse evento contamos com a participação do Coral Italiano Belvedere que é responsável pela Missa rezada em italiano cujo componentes pertencem quase todos da própria região. Nesse ano em agosto comemoraremos a 10ª Festa”.

*E6: “... no meu entendimento a Festa deve vender exclusivamente o que o visitante encontra o ano todo na região, no momento ainda consegue-se manter essa característica. A contribuição do evento é a projeção do Caminho do Vinho de forma mais impactante a quem não o conhece, pois o movimento de pessoas no evento que não conheciam o roteiro é grande, e o esperado é que eles retornem à região em momentos futuros. E além da Festa do Vinho acontece na região evento menores, como a Caminhada Internacional da Natureza, Jantar de Escolha da rainha da Festa do Vinho e outros evento organizados pela ACAVIM (**regulamento e estatutos constantes nos anexos – grifo do autor**), Grupo Folclórico Italiano Cuore D'Itália e Coral Italiano Belvedere”.*

As festas tradicionais da comunidade são manifestações culturais que identificam determinado grupo social. Sendo então manifestações de cunho cultural devem ser enfatizadas quando da implantação de uma política pública de turismo.

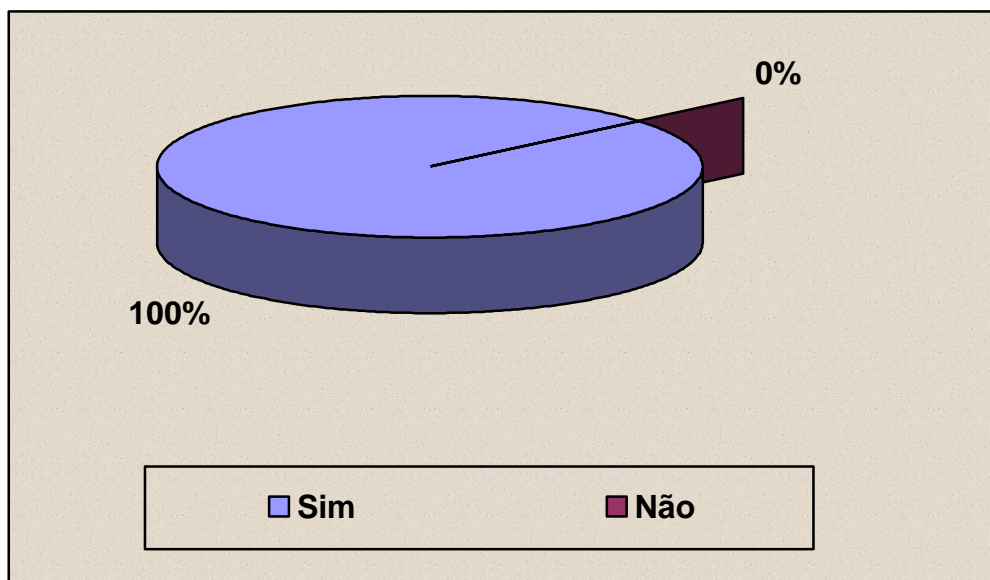
As festas tradicionais possibilitam ao turista conhecer a cultura, a história de regiões diferentes, por isso o turismo rural busca a preservação das raízes e valorização das culturas existentes. Este conceito perpassa a maioria das políticas públicas de incremento ao turismo.

FOTO 29: Espaço para Eventos.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

GRÁFICO 12: AUMENTO DE POSTOS DE TRABALHO APÓS A IMPLANTAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que 100% dos entrevistados acreditam no aumento de postos de trabalho, sejam estes diretos ou indiretos.

Também uma das premissas das políticas públicas de incremento ao Turismo, o aumento de posto de trabalho é sentido pela população claramente pela população do Caminho do Vinho.

E de acordo ao E3 *“houve um bom aumento. Trabalhávamos com 3, hoje trabalhamos com 7”*.

E4: *“as propriedades, nos fins de semana com o aumento de visitantes no roteiro necessitam de ajuda no atendimento, e pegam funcionários da região, mais não é coisa fácil achar alguém que queira trabalhar no fim de semana, jovem nem pensar. Nas melhorias das construções os empreendedores utilizão mão de obra variada para ampliar seus estabelecimentos, mão de obra está escassa em todos os lugares”*.

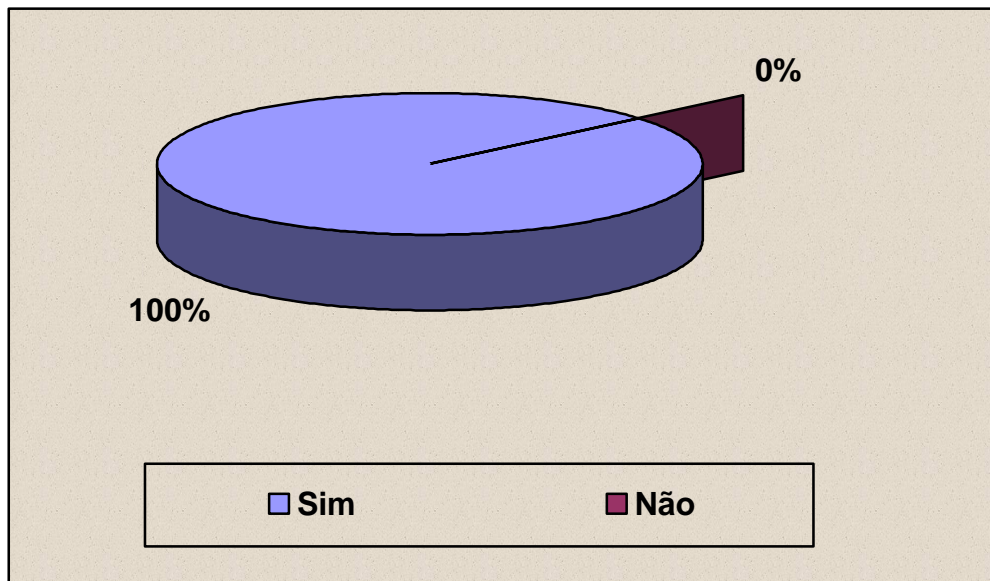
E6: *“sim houve. Posso falar de meu empreendimento, iniciamos em agosto de 2005 somente com mão de obra familiar, (oito pessoas) e atualmente temos um casal registrado, que faz a limpeza geral do restaurante e da chácara durante a semana (de 2ª a 6ª) no sábado temos duas pessoas que lavam louça e uma que auxilia no atendimento do salão e nos domingos dia de maior movimento, temos: 08 pessoas no salão, 05 auxiliares de cozinha e 05 pessoas que lavam louça, além da mão de obra familiar (a mesma de 2005, com exceção de 1 que se acidentou em casa e está afastada”*.

Já apresentado anteriormente em outros tópicos, o incremento na economia familiar faz parte das políticas públicas de desenvolvimento do turismo, em especial no turismo rural, e no Caminho do Vinho, o aumento das oportunidades de trabalho são características bastantes presentes, como se pode notar pelas falas acima.

Outro aspecto bastante interessante é notar que este aumento nas oportunidades de trabalho, proporciona a manutenção e permanência de jovens e residentes em geral que, com a possibilidade de novas opções de trabalho, não tem necessidade de abandono da área em busca de sua sobrevivência.

É pertinente e salutar dizer que as diretrizes procuram estabelecer normas, critérios, procedimentos técnicos e legais além das iniciativas de planejamentos, articulações, incentivos fiscais e capacitação dos atores envolvidos. Os documentos legais propõem o envolvimento do governo, de parceiros, da comunidade e do setor privado para a implantação de um turismo rural sustentável integrado e que o mesmo seja uma alternativa de renda para o pequeno agricultor.

GRÁFICO 13: HOUVERAM BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELO TURISMO RURAL PARA A COMUNIDADE?



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que todos os entrevistados, ou seja, 100%, afirmam que o turismo rural proporcionou benefícios para a comunidade.

A implantação de políticas públicas visa, na sua grande maioria o incremento da infra-estrutura existente no local, como forma de desenvolvimento e/ou valoração.

Segundo Melo (2005), o PRONAF foi desenvolvido a fim de estabelecer um padrão de desenvolvimento sustentável para a agricultura familiar, aumentando e diversificando a produção, gerando mais emprego e renda. O programa está fundamentado nas linhas de ação, de negociação de políticas públicas com órgãos setoriais, financiamento de infra-estrutura e serviços, crédito rural e capacitação para os agricultores.

Esta afirmação encontra respaldo nas falas abaixo:

E2: "houve aumento da oferta de trabalho local, incentivo aos jovens, transportes viagens, e cursos de aperfeiçoamento".

E3: "houve melhoria das estradas, iluminação pública e opção de renda dentro da propriedade".

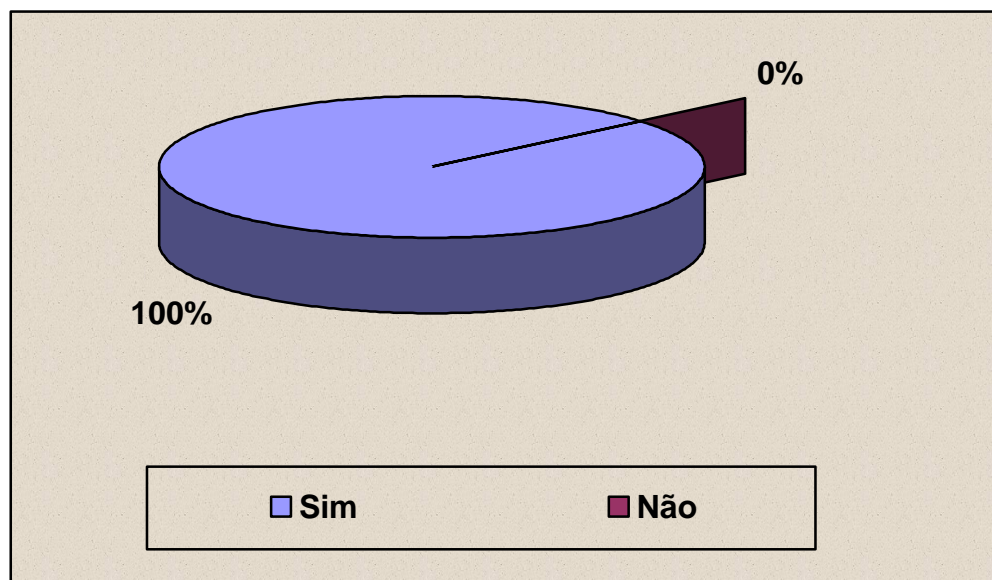
E7: "sim, proporciona a divulgação de todo o caminho, gerando mais trabalho e renda para todas as famílias".

FOTO 30: Indicativo de Café Colonial.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

GRÁFICO 14: CONSTRUÇÃO DE ALGUM TIPO DE INFRA-ESTRUTURA ASSOCIADA AO TURISMO RURAL



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados confirma a construção de algum tipo de infra-estrutura associada ao turismo rural.

A importância do segmento do turismo rural vem sendo discutida de forma contundente por órgãos da iniciativa privada e pública. Nessa mesma linha de pensamento o turismo rural de acordo como SEBRAE (2000) quando devidamente planejado e orientado propicia diversos benefícios, principalmente a melhoria na qualidade de vida local: a vantagem da atividade desenvolvida no meio rural é que a população tem uma melhoria na infra-estrutura básica como luz, água, telefonia, estradas e outros.

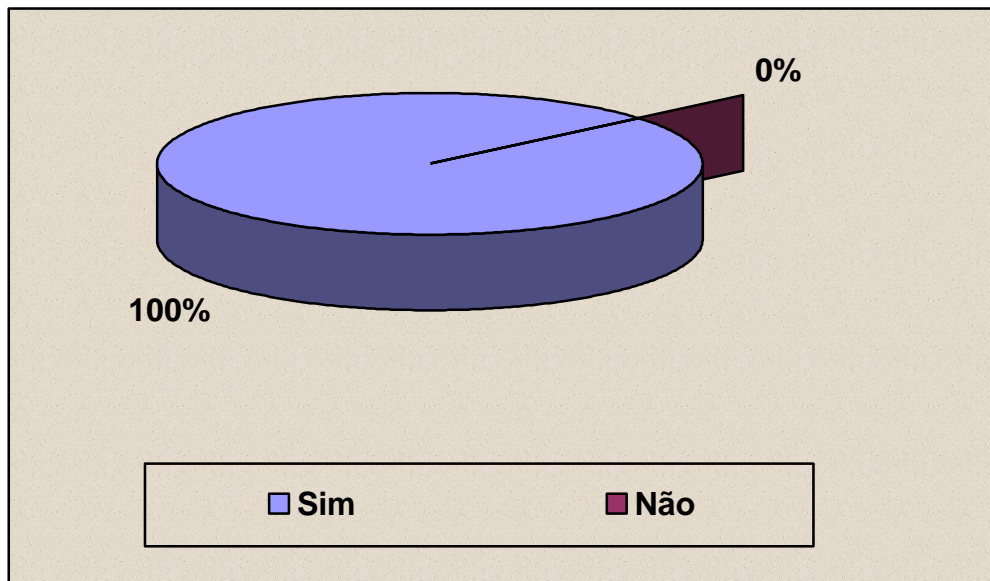
Tal afirmação pode ser compreendida quando das falas dos entrevistados:

E2: “Nesse dez anos tivemos várias melhorias como: calçamento na rua principal e anti pó nas transversais; terreno em que se realiza a Festa do Vinho; implantação da linha turismo; sinalização”.

E4: “A infra-estrutura do local tem sido incorporada no período destes dez anos de “caminho do vinho”. no início as placas na frente das propriedades e foi se seguido por calçamento em parte do roteiro, sinalização turística, portal italiano, Praça Ticiano Prendim na entrada do roteiro, uma rotatórias, um Largo Juraci Laurentti, terreno do parque do vinho, jardinagem das placas e praça feita pelo meio ambiente”.

E6: “A Prefeitura realizou, em varias etapas, o calçamento parcial da via principal da Colônia Mergulhão e a implantação de iluminação pública nesse trecho. Há também a sinalização turística padrão. Houve a construção da Praça Ticiano Prendim, Rotatória, Largo Juraci Pallu Laureanti e Portal Italiano. Também vale salientar a aquisição de um terreno para a realização da Festa do Vinho, que esperamos num futuro próximo que seja construído um centro de eventos. Paralelo a isso, a Prefeitura forneceu placas de identificação dos empreendimentos e a Acavim, com recursos da bilheteria da Festa do Vinho financiou uma sinalização complementar à turística existente, com os nomes dos empreendimentos e a respectiva distância até eles (em fase de instalação)”.

GRÁFICO 15: EXISTÊNCIA DE COOPERAÇÃO ENTRE AS VÁRIAS ENTIDADES DA COMUNIDADE



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados afirma que existe cooperação entre as várias entidades da comunidade.

Deve-se ressaltar que com o propósito de dar continuidade à uma política de cunho descentralizado, conforme a Secretaria de Estado e Turismo do Paraná (2006), em 2004 foi lançado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que é um modelo de gestão descentralizada, coordenada e integrada, o qual está inserido dentro do Macroprograma de Estruturação e Diversificação da Oferta Turística, do PNT (2003-2007).

A implantação da ACAVIM foi sem dúvida o marco de união e início da cooperação entre as várias entidades do setor, conforme fala da atual Presidente da Acavim:

E3: “Sim, cada empreendimento divulga o caminho como um todo”.

E4: “Viram a necessidade de criar uma entidade organizadora do roteiro, “ACAVIM”, a princípio para coordenar a festa do vinho e agora temos reuniões mensais para se discutir varios problemas encontrados no roteiro, os empreedimentos são associados à Acavim (associação do caminho do vinho do mergulhão) e pagam hoje r\$ 20,00 mensais, que são gastos com obras no roteiro (pintura dos postes com a bandeira da Itália, aluguel de espaço para guardar materiais de decoração da Acavim para festa, professor do folclore, registro da

marca, e outros). temos o Folclore Cuore D'italia e Coral Belvedere, as entidades se mantem com festas organizadas no roteiro e que tem o objetivo cultural já falado, os participantes são os empreededores, vizinhos a amigos. A Acavim está sempre apoiando, juntamente com a secretaria de indústria comércio e turismo de São José dos Pinhais. Na Capela Imaculada Conceição usamos o pequeno salão para as reuniões e ensaios e colaboramos com as festas religiosas, cantamos em italiano nas missas. Falta-nos um espaço para guardar os pertences das entidades, ensaios, e salão para festas do folclore, coral e ACAVIM, onde não se pague aluguel e se tenha um lucro”.

E5: “Sim há uma associação em que todos ali se encontram para discutir assuntos relacionados a festa, e outros eventos, bem como para entrarem num consenso sobre melhorias para o caminho do vinho”.

E6: “Como citei anteriormente, existem no Caminho do Vinho três entidades ligadas ao turismo e preservação da cultura, além da comissão da Capela N. Sra. da Imaculada Conceição. Hoje as 4 estão em sintonia, com algumas pequenas ressalvas quanto à Capela, devido à algumas restrições impostas pelo pároco da paróquia a que pertence, mas que são “tiradas de letra”. Perto de 30 empreendimentos e atrativos turísticos estão associados na ACAVIM, há empreendimentos que não mostraram interesse em se associar, vejo estes como aventureiros e em alguns casos como oportunistas, mas acabam, em sua maioria, ficando pelo caminho por não entender a proposta do turismo rural”.

FOTO 31: Estabelecimento inaugurado recentemente.



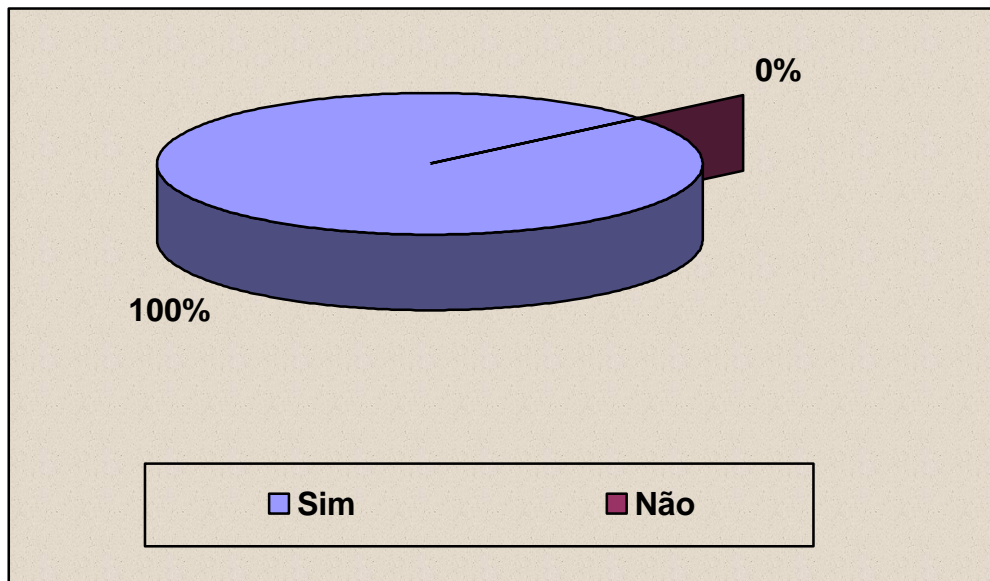
Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 32: Idem foto 31.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

GRÁFICO 16: EXISTÊNCIA DE DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO DO CAMINHO E DA COMUNIDADE?



FONTE: elaborado pelo autor

O gráfico acima demonstra que a maioria absoluta dos entrevistados afirma que existe divulgação e promoção do caminho e também da comunidade.

Tido como uma das diretrizes das políticas públicas, a divulgação do ponto turístico, no caso a Colônia Mergulhão, auxilia na compreensão da própria definição de turismo rural, pois de acordo com Zimmermann (1998), são “todas as atividades turísticas endógenas desenvolvidas no meio ambiente natural e humano”. Ainda segundo o mesmo autor turismo rural “é um produto que atende a demanda de uma clientela turística atraída pela produção de bens e serviços no ambiente rural produtivo”.

Assim podemos compreender com a fala dos entrevistados:

E4: “A divulgação é feita no saite da Prefeitura de São José dos Pinhais, feiras e eventos, mas a divulgação que mais funciona é de boca em boca, no bom atendimento o cliente retorna e trazem outros com ele. Isso tá provado. se acontecer uma reportagem gratis na tv, que já aconteceu não tem suporte para atender a multidão que chega de uma só vez, não é bom, causa má impressão e fica o mau atendimento. É necessário trabalhar os horários de baixo fluxo no roteiro, sabado, dias de semana e no domingo pela manhã, a tarde está saturado na maioria dos dias. Agora entrou a vintagem receptivo e eventos na associação e promove a linha turismo que precisa muito de divulgação. A comunidade não gasta quase nada com

divulgação, um erro, que agora vamos trabalhar no projeto da futura cooperativa metropolitana de vinho que vai ser criada com varias instituições e SEBRAE”.

E6: “Há o folder do Caminho do Vinho, que tem as mesmas informações das placas de identificação das propriedades e do site do roteiro, hospedado no site da prefeitura municipal, ficando a cargo desta a atualização dos dados, após envio das informações pela ACAVIM. Localmente, os empreendimentos, por meio da Acavim, fornece aos visitantes o mesmo folder, de forma que um empreendimento divulga todos os outros, que fazem parte da associação”.

Quanto as recomendação gerais, melhor atentar para a vivência do segmento 1 que, como conhecedor da realidade local, pode explicar melhor sobre as necessidades.

E3: “Melhorar a visão da comunidade, para sempre pensar coletivamente. Pois todos crescem juntos”.

E5: “Criar uma identidade local.

E7: “ A melhoria dos empreendimento e a conscientização da comunidade de manter as características da cultura e de um ambiente rural”.

E4: “Visitar as propriedades (lazer, café, restaurante, agro-industria etc) para ver o que estão necessitando para se regularizar e ajuda-las com uma força tarefa das instituições como a emater ou outras, sendo que o vinho já está a caminho com a cooperativa. Trazer as propriedades do entorno, inclusive d colonia murici para participar todos juntos de um único roteiro ”caminho do vinho”. Concluir o calçamento no Caminho do Vinho e em direção a Colonia Acioli. Retomar o projeto do parque do vinho que foi engavetado. Viabilizar e dar suporte ao antigo projeto de paisagismo na frente das propriedades que pertencem ao roteiro caminho do vinho. criar uma marca registrada com plantas, como uma franquia para quem pertence, isso para destacar as propriedades envolvidas”.

E6: “A administração municipal deveria aplicar recursos, que podem ser federai, pois há programas disponíveis para esses investimentos, na conclusão do calçamento da via principal e parte das transversais, construção do centro de eventos, que atenderia não somente à Festa do Vinho mas a vários tipos de eventos, similar ao centro de exposições do Parque Barigui – temos uma deficiência enorme nesse sentido e até poderíamos receber alguns eventos que a Capital não atende mais, devido aos problemas normais à cidades maiores(transito, espaço, tempo, etc). Acho importante também que a administração municipal monte uma

equipe técnica qualificada para desenvolver novos projetos e concluir as ações citadas acima e assim dar novo impulso à atividade turística no município, que tem potencial de desenvolver diversos roteiros de turismo no meio rural, focando também o eco-turismo.

E1: “Continuação do calçamento, pois as outras propriedades que existem e não contempladas, sofrem com o pó, a lama e o desinteresse do turista em ir até estes empreendimentos”.

FOTO 33: Café Colonial em trecho do caminho sem pavimentação.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 34: Sinalização em trecho do caminho sem pavimento.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Na análise das questões relativas ao segmento 02, ou seja, os gestores locais, a metodologia a ser utilizada foi semelhante à análise das questões do segmento 01, não constando, porém a demonstração gráfica, haja vista, tratar-se de questões fechadas. Os dados coletados serão tratados em categorias a seguir elencadas:

Categoria 1 – Se houve implantação e foi positiva.

Categoria 2 – Se trouxeram benefícios

Categoria 3 – Se existe a necessidade de novas medidas para o desenvolvimento do setor.

Na primeira categoria analisada, se houve a implantação e se ela foi positiva pode-se constatar pelas falas abaixo:

G1: “A proposta do projeto “Caminho do Vinho” foi apresentada como parte do Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais em 1998. Em 1999 iniciou-se as primeiras abordagens e reuniões com a comunidade da Colônia Mergulhão e arredores, resultando na formatação do roteiro de turismo rural. Com a continuidade das ações, inclusive a proposta do nome inscrito/sugerido foi aprovada e mantida. O circuito não teve uma inauguração oficial como marco, porém

fortaleceu-se ao longo dos anos e, hoje é um programa da Sictur que tornou-se realidade”.

G4: “A proposta do Caminho do Vinho foi apresentada em 1998, no “Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais” e as primeiras ações junto à comunidade da Colônia Mergulhão datam de 1999”.

A finalidade das políticas públicas para o desenvolvimento e gerenciamento do setor turístico, excita gestores privados e comunidade a verem no turismo, oportunidades antes não imaginadas (emprego, divulgação da cultura, renda, entre outros).

Dentre essas oportunidades, a implantação de políticas públicas trouxe para o caminho do vinho a possibilidade do aumento da produção local artesanal, com subseqüentes aumento de renda e geração de novos postos de trabalho. Esta faceta da implantação no Caminho do Vinho imbrica-se com a essencialidade de todas e de qualquer política de desenvolvimento, em especial e objeto de estudo desta dissertação, as políticas voltadas para o desenvolvimento na comunidade da Colônia Mergulhão, tal qual fala abaixo transcrita:

G1: “Sim, parte da produção é própria, grande parte dos produtos são da região. Com o aumento do fluxo de visitantes, houve o aumento da produção de maneira geral e absorção da mão-de-obra local”.

Mas para isso, é importante formular uma política de desenvolvimento turístico e um plano físico turístico com base nos objetivos, nos levantamentos, na análise e na síntese (OMT, 2003).

Abraçando este ideal, e aplicando-o ao desenvolvimento turístico do Caminho do Vinho, foi possível identificar a curto e a longo prazo melhorias na infra-estrutura, na educação e na qualidade de vida da comunidade abrangida. Mas a implantação da política é um processo de equilíbrio entre os objetivos, de forma que não se maximize qualquer um isoladamente.

Quanto à segunda categoria, se a implantação de políticas públicas trouxe benefícios para a comunidade, pode-se destacar pelas falas:

G1: “Volta às origens; valorização da cultura italiana; gastronomia típica; vinhos artesanais, vivenciar a área rural, entre outros”.

G2: “Primeiramente, é um local perto do maior pólo emissor do estado (Curitiba e região); é um turismo do tipo periurbano, ruralista, de gastronomia, cultural, que normalmente não hospeda. É atrativo pois traz ao turista uma visão do

rural, das atividades do campo, da antiguidade e da experimentação da gastronomia”.

G3: “Busca por identidade”.

G4: “Como citei anteriormente, o visitante quer “fugir” do estresse diário e buscar locais agradáveis, onde ele possa recordar momentos e gostos passados”.

G4: “A proposta do turismo rural no Caminho do Vinho é a interação dos visitantes com a propriedade, de forma que há pontos turísticos como a Praça Ticiano Prendim e o Portal Italiano, mas o conjunto de todos os empreendimentos e suas atividades é o grande “Ponto Turístico” da região, é o que atrai os turistas. O retorno que temos de alguns visitantes é a oportunidade que ele teve de lembrar de sua infância, das comidas que a avó fazia, dos trabalhos que o pai fazia na roça, enfim, de relembrar fatos agradáveis de um passado recente, bem como oportunizar “fugir” do caos urbanos e do estresse do dia a dia”.

FOTO 35: Equipamento para Hospedagem.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

O turismo vai surgindo também, a partir da implantação de políticas públicas, sendo possível destacar no Caminho do Vinho benefícios oriundos de políticas públicas, como estradas, educação, sinalização, limpeza, marketing, transporte,

revitalização do patrimônio histórico, artesanato, entre outros, que foram implantados com o objetivo de atingir a demanda e a evolução do turismo na região.

O desenvolvimento do turismo no Caminho do Vinho funciona como uma oportunidade estratégica de investimentos, onde as políticas públicas são um importante passo para a aplicação de ações administrativas apropriadas, que atendam com responsabilidade o bem comum da sociedade e turistas.

A OMT (2003) esclarece que a implantação de políticas públicas voltadas para o turismo proporciona infra-estrutura básica, desenvolve alguns atrativos turísticos, fixando e administrando padrões para instalações e serviços turísticos, estabelecendo padrões para a educação e o treinamento para o turismo, além de estimulá-los, mantendo a segurança e a saúde públicas.

FOTO 36: Pequena propriedade ao longo do percurso.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 37: Pequenas propriedades produtivas.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

Na categoria 3, ou seja, se os gestores locais acreditam na necessidade da implantação de novas medidas para o desenvolvimento do setor.

G1: “Terminar o calçamento; implantar ciclovia e marco (atrativo com possibilidade/motivação para tirar fotos; centro de visitantes gerenciado pela comunidade envolvida no Turismo; diversificar; Fortalecer os eventos que retratam parte da história de São José dos Pinhais”.

G3: “idéia de uma legislação específica, própria para a comunidade com o objetivo de manutenção da cultura italiana de forma rústica”.

G4: “Realizar um trabalho eficiente com os empreendedores rurais aplicando as técnicas de melhoria de atendimento e produção é extremamente importante para o sucesso da implantação do Turismo Rural”.

A coleta de dados possibilitou a constatação de que o turismo vem adquirindo importância se pensado como prática social, principalmente pelo crescente surgimento de diversas iniciativas direcionadas ao seu desenvolvimento. Boa parte das ações está dirigida a promover o turismo por causa dos benefícios econômicos que ele pode gerar como divisas para os governos, novos investimentos privados, e emprego e renda para a população em geral (SILVEIRA, 2003).

De acordo com Silveira (s/d)

De um lado, não resta dúvida de que num momento em que o mundo do trabalho e da produção vem passando por profundas transformações, tornam-se muito importantes as iniciativas que visam criar mercados, dinamizar economias locais e gerar emprego e renda para as populações, por meio do incentivo à setores como o turismo. Afinal de contas, não devemos menosprezar o papel que o turismo pode exercer no desenvolvimento econômico de regiões e localidades, pois é um dos setores mais dinâmicos da economia mundial, e está em franca expansão dentro da chamada “indústria de serviços. (SILVEIRA, s/d)

FOTO 38: Placa de Identificação salientando Turismo Rural.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 39: Placa de Sinalização.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 40: Placa indicando Gastronomia.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

FOTO 41: Vinícola.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

É necessário destacar ainda na percepção dos entrevistados sobre a implantação das políticas públicas que a mesma é “muito importante... pois fortaleceu o turismo como atividade econômica; muitos filhos foram estudar e retornaram para ajudar; na continuidade melhoria das propriedades; melhoria no atendimento e, resgate da cultura italiana” (G1)

FOTO 42: Casa da Cultura Italiana.



Fonte: Lucas P. Kassar, 2011.

CONCLUSÕES

Na revisão bibliográfica foi possível concluir que, por sua abrangência, a atividade do turismo tem encontrado dificuldade para ser definida de forma consensual e de ampla concordância, surgindo como atividade econômica organizada depois da segunda metade do século XIX, e se configurando como um dos fenômenos mais dinâmicos e complexos da sociedade, atuando fortemente na produção, transformação e organização do território, daí sua grande relação com a Geografia.

Com a evolução do mundo moderno acontece o estreitamento das distâncias geográficas, principalmente pela melhoria dos sistemas de transporte e comunicações, e amplia o conceito original de turismo. Nesta interdisciplinaridade, Geografia e Turismo, é possível concluir que este último desempenha função primordial no desenvolvimento do espaço geográfico, devido à modificação das expectativas da sociedade em função das mudanças estruturais no processo produtivo que ocorrem em função da revolução científico-tecnológica.

Quanto ao turismo rural, objeto mais específico deste estudo, foi possível concluir que somente a partir da década de 1990, sobretudo, com o governo Lula, o turismo de modo geral, e especificamente o rural passa a ser considerado como uma modalidade importante para o desenvolvimento do turismo brasileiro, embora o mesmo já venha sendo praticado anteriormente em outros continentes de forma a contribuir positivamente para essas economias.

Conclui-se ainda que, a implantação de políticas de turismo deve ser uma diretriz condicionante para o desenvolvimento da atividade turística, articulando-se políticas setoriais, no caso em estudo, relacionadas aos interesses da comunidade atuante no Caminho do Vinho, buscando sempre a promoção das melhorias na distribuição de renda, qualidade de vida e desenvolvimento sustentável e local, quando trabalhado nos pilares sociais, locais, políticos, privados e ambiental.

Com relação aos dados obtidos na pesquisa aplicada em campo conclui-se que, apesar de terem sido implantadas políticas públicas para o desenvolvimento do Caminho do Vinho, estas ainda não corresponderam a satisfação na totalidade dos interesses da comunidade local, contanto, os benefícios gerados pela implantação

são visíveis para o desenvolvimento local e bem recebidos e percebidos pela comunidade abrangida.

Isto pôde ser exemplificado na análise das falas dos entrevistados dos dois segmentos. Por tratar-se de uma análise objetiva os resultados foram considerados positivos. Numa análise subjetiva, ao utilizar-se da percepção, no momento da coleta dos dados, este autor percebeu pontos que devem ser ressaltados e aprofundados quando de uma futura implementação de ações que possam aprimorar as já implantadas.

Deve-se ressaltar porém, pontos positivos, enumerados pela grande maioria das respostas obtidas na pesquisa de campo:

As políticas foram implantadas de maneira ordenada e positiva;

Esta implantação trouxe melhorias sociais e econômicas para a comunidade do Caminho do Vinho;

Os benefícios alcançados revelam-se na melhoria da qualidade de vida, aumento dos postos de trabalho, geração de renda, valorização da cultura local, aumento da produção artesanal, diversificação dos produtos comercializados e manutenção da população em seu habitat de origem, principalmente os jovens;

Houve o resgate e ampliação do processo de associativismo econômico já existente na região, com a valorização dos grupos sócio econômicos locais.

À guisa de conclusão final, este autor relembra que, um grupo social é caracterizado por uma cultura que o diferencia de outro grupo social. Partindo desta afirmação, a busca pela identidade cultural do grupo social dos integrantes da comunidade do Caminho do Vinho foi prioridade na implantação de ações que visaram o desenvolvimento turístico do espaço geográfico em questão. Esta busca imbrica-se com o anseio da comunidade conforme, não só a percepção deste autor, mas também, pelos depoimentos conseguidos por intermédio das entrevistas realizadas.

Como sugestão para trabalhos futuros, e de acordo com a essência de toda e qualquer política pública, este autor indica que sejam observadas, quando das próximas ações públicas, o respeito às necessidades e questionamentos da população do Caminho do Vinho, o que possibilitará um estudo verticalizado sobre a implantação de políticas públicas de desenvolvimento do turismo, nas demais áreas que compõem a Região Metropolitana de Curitiba.

REFERÊNCIAS

- ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**. Bauru, SP: EDUSC, 1991.
- ALMEIDA, João Ferreira e PINTO, José Madureira. **A investigação nas ciências sociais**, 5 ed., Lisboa, Editorial Presença, 2000.
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- _____. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 2002.
- BECKER, B. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In.: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (orgs.) **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: SENAC, 2001.
- BRASIL. Ministério de Desenvolvimento Agrário. **Histórico adaptado do texto de Márcio M. de Brito** – Dpto de Turismo da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de São José dos Pinhais.
- _____. Ministério Do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas-2003/2007**. Brasília/DF: MT, 2003.
- _____. Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR.
- _____. Política Nacional de Turismo, 1996 - 1999.
- _____. Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, 1994.
- _____. Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, 1991.
- CANDIOTTO, L. Z. P. **Turismo rural na agricultura familiar: uma abordagem geográfica do circuito italiano de turismo rural (CITUR)**, município de Colombo – PR. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.
- CASTROGIOVANNI, A. C. (Pre)ocupações com o o turismo rural. In.: MEDEIROS, R. M. V.; FALCADE, I. (orgs.) **Tradição versus tecnologia: as novas territorialidades do espaço agrário brasileiro**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 59-66.
- CORIOLOANO, L.N.M.T. **Bases Conceituais do Desenvolvimento e do Ecoturismo**. In: Turismo e Ambiente: Temas Emergentes. Queiroz, O.T.M.M. Campinas, SP: Editora Alínea, 2006.
- COOPER, Chris. et al. **Turismo, princípios e práticas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- CRUZ, R. A. Políticas públicas de turismo no Brasil: significado, importância, interfaces com outras políticas setoriais. In.: SOUZA, M. J. (org.) **Políticas públicas e o lugar do turismo**. Brasília: UNB; MMA, 2002. p. 25-38.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

EADINGTON, V. L. SMITH, W. R. **Tourism alternatives**: potentials and problems in the development of tourism. s. l.: International Academy of the Study of Tourism, 1992

ENTRENA DURÁN, Francisco. **Cambios en la construcción social de lo rural; de la autarquía a la globalización**. Madrid : Editorial Tecnos, 1998

FONTOURA, L. M. **Análise comparativa da territorialidade do turismo nos parques estaduais de Ibitipoca – MG e Vila Velha – PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, 2008.

JUAN MARTINEZ, F.; SOLSONA MONZONIS, J. **Alojamiento turístico rural**: gestion e comercializacion. Madrid: Sintesis, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. 3ª ed. **Fundamentos de métodos científicos**, São Paulo, Editora Atlas S.A, 1996.

LICKORISH, L. J. ; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LUCHIARI, M. T. D. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In.: Lima, L. C. (org.) **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber-fazer turístico Fortaleza: UECE, 1998. p. 15-29.

MELO, L. A. Relações desiguais de gênero na política agrícola brasileira: a realidade da agricultura familiar. In.: **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina**. São Paulo: USP, 2005.

MOREIRA, Carlos Diogo (1994), **Planejamento e Estratégias de Investigação Social**, Lisboa, ISCSP, 1994.

NORONHA, E. O.; HESPANHOL, R. A. de M. O espaço periurbano no município de Jundiaí-SP: características e tendências atuais. **Revista Formação**, Unesp, São Paulo, n. 15, v. 1, p. 85-96, 2008. Disponível em: http://www4.fct.unesp.br/pos/geo/revista/artigos/7_noronha.pdf. Acesso em: 25 maio 2009.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 1998.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OTANI, M.; ARRAES, N. A. M. Estratégia de reprodução social em áreas periurbanas: os produtores de vinho artesanal em Jundiaí. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 40, n.3, p. 5-15, mar. 2010.

PARANÁ. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico Social (IPARDES). Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral. **Perfil Municipal de**

São José dos Pinhais. 2006. Disponível em: < www.ipardes.gov.br >. Acesso em agosto 2010.

PEDRON, F. de A.; KLEIN, A. L. Políticas públicas para a atividade de turismo rural: estudo da utilização dos recursos do PRONAF. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, v. 11, jan./dez. 2004. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/extensaorural/art4ed11.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2010.

PHILERENO, D. C. **O turismo rural como alternativa de desenvolvimento para pequenas e médias propriedades rurais:** estudos de casos nos municípios de Taquara e Rolante – RS. 161f. Dissertação (Mestrado em Economia do Desenvolvimento) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1365>. Acesso em: 22 maio 2009.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993.

RATZEL, Friedrich. A Antropogeografia de Ratzel: indicações. In: MORAES, Antonio C. R. (org). Ratzel. São Paulo: Ática, 1990.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço.** São Paulo: Hucitec, 1996.

RUSCHMANN, D. V. de M. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In.: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (orgs.) **Turismo rural desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Papirus, 1998.

SANTOS, M. O retorno do território. In.: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, M. L. **Território: globalização e fragmentação.** São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento:** um foco no Estado do Paraná no contexto regional. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, 2002.

SANTOS, Maria Cecília Pereira dos. O grupo de discussão: Contributos para uma prática de investigação qualitativa, **Actas do V Congresso Português de Sociologia - Sociedades Contemporâneas: Reflexividade e Acção, 2004.**

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. Associação do Caminho do Vinho – ACAVIM

SILVEIRA, M. A. T. **Política de turismo e oportunidades ao desenvolvimento local.** In: turismo rural. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **Política de Turismo e Oportunidades ao Desenvolvimento Local.** A Experiência do Turismo Rural na Região Metropolitana de Curitiba/Pr. (s/d)

SPOSITO. Maria Encarnação Beltrão. **O chão em pedaços:** urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo. Tese (Livre Docência), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

THEOBALD, W. F. **Turismo global.** São Paulo: Senac, 2001.

TORRE PADILHA, Óscar de La. **El turismo: fenómeno social**. 2. ed. México: FCE, 1997.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 4. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: pesquisa qualitativa em educação**, São Paulo, Editora Atlas, 1987.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo, DIFEL, 1980.

VALVERDE, R. R. H.F. Transformações no conceito de território: competição e mobilidade na cidade. **GEOUSP – Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 15, p. 119-126, 2004.

VANDERLEY, M. de N.B. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas: o rural como espaço singular e ator coletivo**. Recife, UFPE, 2000.

WTO Organização Mundial do Turismo e UNSTAT *United Nations Statistical Commissions*. **Recommendations on Tourism Statistics**, 1994.

ZIMMERMANN, A. Castro, I. C. de. **Turismo Rural: um modelo Brasileiro**. Florianópolis, Ed. do Autor, 1996.

ANEXOS

ANEXO 1**ESTATUTO DA ACAVIM**

Capítulo I

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FORO E FINALIDADE

Art. 1º - A ASSOCIAÇÃO “CAMINHO DO VINHO” – COLÔNIA MERGULHÃO – SÃO JOSÉ DOS PINHAIS – PR, constituída em dezoito de junho de dois mil e quatro é uma associação civil de direito privado, sem fins lucrativos e sem vinculação de ordem político-partidária e religiosa, com prazo de duração por tempo indeterminado, com sede na rua Júlio César Cetenaeski, s/nº e foro no Município de São José dos Pinhais, Estado do Paraná, usando a sigla ACAVIM.

§ 1º - A ACAVIM proporcionará aos associados os meios para melhoria nas condições de produção, transformação, armazenamento, comercialização e divulgação de seus produtos e/ou serviços.

§ 2º - A ACAVIM desenvolverá suas atividades na área de abrangência do “Programa Caminho do Vinho”, vinculado ao Projeto “CAMINHO DO VINHO” previsto no Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais – Volume I, elaborado em 1998, podendo manter relações de interesse com instituições públicas e/ou privadas, nacionais e/ou internacionais para a consecução de seus objetivos.

§ 3º - A ACAVIM manterá “Caderno de Normas”, que deverá ser respeitado por todos os associados / empreendedores. Os novos associados deverão se adequar ao Caderno de Normas.

§ 4º A ACAVIM, como entidade representativa do Roteiro de Turismo Rural Caminho do Vinho tem a responsabilidade de administrar e deliberar sobre o uso da marca “Caminho do Vinho” junto aos seus associados, bem como manter o registro da marca junto aos órgãos competentes.

Capítulo II

DOS OBJETIVOS

Art. 2º - A ACAVIM no âmbito da área de abrangência, tem como objetivos:

- a) Estimular e promover o desenvolvimento econômico, cultural e social.

- b) Cooperar na promoção da defesa, preservação e conservação do meio ambiente, incluindo o patrimônio histórico, cultural e artístico.
- c) Promover a organização das comunidades para alcançar objetivos declarados em Assembléia.
- d) Proporcionar meios para a aquisição em comum de equipamentos e insumos necessários à produção e transformação de produtos agropecuários.
- e) Realizar atividades educativas, de assistência técnica e repasse de informações para os associados objetivando a melhoria da produção, acondicionamento, armazenamento e comercialização de seus produtos.
- f) Participar de ações visando ao desenvolvimento das atividades do turismo em todas as suas modalidades.
- g) Requerer junto aos órgãos públicos, informações de interesse dos associados e ações necessárias para implementação, desenvolvimento / aperfeiçoamento permanente do Programa Caminho do Vinho.
- h) Manter, defender e promover ações voltadas para a manutenção, aperfeiçoamento e ampliação do “Programa Caminho do Vinho” Colônia Mergulhão – São José dos Pinhais – PR.
- i) Criar, promover e/ou participar de eventos relacionados com os objetivos da Associação.
- j) Promover a “Festa do Vinho” em parceria com a Prefeitura Municipal e Comunidade.
- k) Apoiar as atividades culturais dos grupos folclóricos ou corais formados ou que venham a se formar na Colônia Mergulhão.

Art. 3º - A fim de cumprir seus objetivos, a ACAVIM organizar-se-á em tantas comissões quantas se fizerem necessárias, as quais serão regidas pelas disposições estatutárias e regulamentos.

Capítulo III

DO QUADRO ASSOCIATIVO

Art. 4º - A ACAVIM pode ser constituída por número ilimitado de produtores e/ou empreendedores (pessoas Jurídicas e Físicas), denominados associados, que residam e/ou atuem na área de abrangência do “Programa Caminho do Vinho” após aprovação da ficha cadastral pela Diretoria e, distribuídos nas seguintes

categorias: associado fundador, associado efetivo, associado colaborador e associado benemérito.

§ 1º - A qualidade de associado é adquirida mediante solicitação do interessado, que preencherá uma ficha cadastral informando sua atividade principal e demais dados. Após aval da Comissão de Avaliação, será apresentado para a Diretoria que poderá aprovar ou não sua inclusão. O novo associado terá o prazo de 12 meses para se adequar ao Caderno de Normas.

§ 2º - A ficha cadastral será reavaliada e atualizada periodicamente com o acompanhamento de uma comissão de avaliação formada por um representante da ACAVIM indicado pela Diretoria, um técnico da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo / Departamento de Turismo e um técnico da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento / EMATER. Tomar-se-á também por base nessa avaliação, dentre os aspectos técnicos, o “Caderno de Normas”.

Art. 5º - São associados da categoria “fundador” os que participaram das reuniões de elaboração do Estatuto e ou estiveram presentes na Assembléia de Fundação conforme registro no livro de atas.

Art. 6º - São direitos dos associados fundadores, quites com suas obrigações sociais:

I - Participar das Assembléias Gerais Ordinárias e Extraordinárias;

II - Votar e ser votado para os cargos eletivos;

III – Indicar até 2 (dois) familiares que participem do empreendimento para representá-lo na ACAVIM, podendo estes serem votados para cargos eletivos. Os mesmos deverão ter seus nomes registrados em ata, como representantes dos sócios fundadores;

IV - Solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou em andamento;

V - Fomentar a convocação de Assembléia Geral Extraordinária quando houver um fato relevante a ser discutido;

VI – Apresentar novos associados;

VII – Participar de comissões que venham a ser formadas;

VIII – Apresentar propostas de cursos, programas e outras sugestões que fortaleçam a ACAVIM.

Art. 7º - São associados da categoria “Efetivo” os que ingressaram na ACAVIM após a fundação da mesma.

Art. 8º - São direitos dos associados efetivos, quites com suas obrigações sociais:

I – Participar das Assembléias Gerais Ordinárias e Extraordinárias.

II – Votar e ser votado para os cargos eletivos após um ano de filiação.

III – Indicar até 2 (dois) familiares que participem do empreendimento para representá-lo na ACAVIM, podendo estes serem votados para cargos eletivos. Os mesmos deverão ter seus nomes registrados em ata, como representantes dos sócios fundadores;

III – Solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou andamento.

IV – Fomentar a convocação de Assembléia Extraordinária quando houver um fato relevante a ser discutido.

V – Apresentar novos associados.

VI – Participar de comissões que venham a ser formadas.

VII – Apresentar propostas de cursos, programas e outras sugestões que fortaleçam a ACAVIM.

Art 9º - São associados da categoria “colaborador” todos os que se identificarem com os objetivos da associação e que, mediante assinatura de ficha de adesão após aval da diretoria, contribuírem financeiramente ou com prestação voluntária de serviços que correspondam com as finalidades da entidade.

Parágrafo Único – Aos colaboradores se permite a participação nas Assembléias Gerais com direito a voz, porém não poderão votar e nem serem votados.

Art 10º - São associados da categoria “beneméritos” todos os que, por decisão da Assembléia Geral forem considerados dignos de tal honraria por terem contribuído de forma relevante com ações que permitiram o fortalecimento da Associação.

Art. 11º - São direitos dos associados beneméritos:

I – Participar nas Assembléias, somente com direito a voz.

II – solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou andamento.

III – Apresentar sugestões que fortaleçam a Associação.

Art 12º - São deveres dos associados:

- I - Cumprir as disposições estatutárias;
- II – Acatar as decisões da Diretoria;
- III – Comparecer às Assembléias Gerais;
- IV – Pagar a contribuição mensal, no valor estipulado em Assembléia Geral Ordinária.
- V – Respeitar o Caderno de Normas.

Capítulo IV

DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 13º - A ACAVIM será administrada por:

- I – Assembléia Geral Ordinária ou Extraordinária;
- II – Diretoria;
- III – Conselho Fiscal.

Art. 14 – A Assembléia Geral Ordinária ou Extraordinária é órgão soberano da Associação Acavim, sendo constituída por todos os associados em pleno gozo de seus direitos estatutários.

Art. 15 – Compete à Assembléia Geral Ordinária:

- I – Aprovar propostas de programação da Associação apresentadas pela Diretoria.
- II – Apreciar o Relatório Semestral da Diretoria.
- III – Discutir e homologar as contas e balanços aprovados pelo Conselho Fiscal.
- IV – Eleger a Diretoria e o Conselho Fiscal, respeitando os prazos definidos.
- V – Destituir, em parte ou na totalidade, a Diretoria e o Conselho Fiscal.
- VI – Destituir, após ampla defesa, o sócio que incorrer em falta grave, assim considerado pela Assembléia.
- VII – Decidir sobre reformas do Estatuto.
- VIII – Decidir sobre a extinção da Associação.

IX – Decidir sobre a conveniência de adquirir, alienar, transigir, hipotecar ou permutar bens patrimoniais, além de receber doações e/ou legados.

X – Definir os valores de autonomia para a Diretoria e Conselho Fiscal, para as despesas não previstas no Plano de Trabalho.

XI – Aprovar o Regimento Interno

XII – Aprovar a Contribuição Mensal dos Associados.

XIII – Aprovar a valor da Contribuição de inscrição (jóia) para os novos associados.

Art. 16 – Quando ocorrer um fato de relevância e que necessite de solução imediata uma Assembléia Geral Extraordinária, esta poderá ser convocada:

I – pela Diretoria;

II – Pelo Conselho Fiscal;

III – por requerimento de um terço dos associados fundadores e efetivos quites com suas obrigações sociais.

Art. 17º - A convocação de Assembléia Geral Ordinária será feita por meio de Edital informando data, horário, local e pauta publicado na imprensa local, por circulares internas e outros meios convenientes, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias e no caso de ser Extraordinária com antecedência mínima de 03 (três) dias.

§ 1º - A Assembléia Geral Ordinária instalar-se-á em primeira convocação com a presença da maioria dos associados fundadores e efetivos e, em segunda convocação, com no mínimo um terço dos associados fundadores e efetivos, quites com suas obrigações.

§ 2º - Quando se tratar de Assembléia Geral Extraordinária esta será instalada em primeira convocação no horário previsto para verificação de “quorum” e em segunda convocação ocorrerá 30 (trinta) minutos após a primeira convocação com a presença de dois terços (2/3).

§ 3º - A Assembléia Geral Extraordinária que não atingir quorum necessário para sua instalação, em primeira ou segunda convocação, será considerada nula.

Art. 18º - A convocação de Assembléia Geral Ordinária para eleição será feita por meio de Edital informando data, horário, local e pauta publicado na imprensa local, por circulares internas e outros meios convenientes, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

Art. 19º - A Diretoria será constituída de Presidente, Vice-Presidente, Secretário e Tesoureiro.

§ 1º - O mandato da Diretoria será de dois (02) anos, permitida uma reeleição.

§ 2º - Os membros da Diretoria não serão remunerados.

Art. 20 – Compete à Diretoria:

I – elaborar e submeter à Assembléia Geral Ordinária a proposta de trabalho e orçamento anual da Associação.

II – Executar a programação aprovada pela Assembléia Geral.

III – Emitir Ordens Executivas para disciplinar o funcionamento interno da associação.

IV – Contratar ou demitir funcionários.

V – Administrar os recursos físicos, materiais, humanos e financeiros da Associação.

VI – Encaminhar à Assembléia Geral Ordinária as propostas de alterações estatutárias.

§ 1º - A Diretoria reunir-se-á, no mínimo, uma vez por mês.

§ 2º - A Diretoria não poderá assumir ou contrair dívidas sem prévia aprovação da Assembléia.

Art. 21 – Compete ao Presidente:

I – Representar a Associação judicial e extra-judicialmente.

II – Cumprir e fazer cumprir este estatuto e as ordens executivas.

III – convocar e presidir as reuniões de diretoria e Assembléias.

IV – Assinar convênios, termos de parcerias, acordos de cooperação técnica ou similares.

V – Autorizar despesas e pagamentos extraordinários até o valor definido em Assembléia.

VI – Movimentar e assinar em conjunto com o tesoureiro documentos bancários e contábeis da Associação.

Art. 22 – Compete ao Vice-presidente:

I - Auxiliar e/ou substituir o Presidente em seus impedimentos.

II – Cumprir e fazer cumprir este estatuto e as ordens executivas.

III - Assumir a Presidência no caso de vacância permanente e/ou impedimento do Presidente por mais de 90 dias consecutivos.

Art. 23 – Compete ao Secretário:

I – Secretariar as reuniões da diretoria e Assembléias redigindo as atas.

II – Redigir relatórios das atividades da Associação.

III – Divulgar para os associados todas as decisões da diretoria e das Assembléias, através de edital e circulares.

IV – Manter controle de envio e recebimento de documentos e correspondências oficiais.

V – Manter em ordem a documentação da Associação.

VI – Apresentar proposta de convocação de Assembléia.

VII – Responder pela Presidência interinamente, em caso de ausência ou impedimento do Presidente e do Vice-Presidente.

VIII – Formalizar os registros de chapas para as eleições de Diretoria e Conselho Fiscal.

Art. 24 – Compete ao Tesoureiro:

I – Arrecadar e contabilizar as contribuições dos associados, rendas, auxílios e donativos, mantendo em dia a escrituração contábil.

II – Movimentar e assinar em conjunto com o Presidente, documentos bancários e contábeis da instituição.

III – Apresentar mensalmente relatórios de receitas e despesas.

IV – Comprovar a pesquisa de preço aliada à qualidade exigida sempre que se fizer necessário.

V – Apresentar ao Conselho Fiscal a escrituração da Associação incluindo os relatórios de desempenho financeiro e contábil e sobre as operações patrimoniais realizadas.

VI – Conservar, sob sua guarda e responsabilidade, os documentos relativos à tesouraria.

VII – Manter todo o numerário em estabelecimento de crédito.

VIII – Enviar para o contador toda documentação necessária para manter a Associação dentro dos padrões contábeis preconizados pelas leis vigentes.

IX – Acompanhar os trabalhos de auditores quando necessário.

X – Apresentar proposta de convocação de Assembléia.

Art. 25 – O conselho Fiscal será constituído por três membros e 1 suplente, eleitos em Assembléia.

§ 1º - O mandato do Conselho Fiscal será coincidente com o mandato da Diretoria.

§ 2º - Em caso de vacância, o mandato será assumido pelo suplente, até o seu término.

§ 3º - Os membros do Conselho Fiscal não serão remunerados.

Art. 26 – Compete ao Conselho Fiscal:

I – Examinar os livros de escrituração contábil da Associação.

II – Opinar sobre os balanços, balancetes, relatórios de desempenho financeiro e contábil e sobre as operações patrimoniais realizadas pela ACAVIM.

III – Requisitar ao Tesoureiro, a qualquer tempo, documentação comprobatória das operações econômico-financeiras realizadas pela Associação.

IV – Acompanhar o trabalho de eventuais auditores.

V – Convocar a Assembléia Geral quando fato relevante justificar tal ação.

VI – Discutir e aprovar sobre a possibilidade de realização de despesas não previstas no plano de trabalho até o teto fixado em Assembléia.

Parágrafo Único – O conselho Fiscal reunir-se-á ordinariamente a cada (seis) meses e, extraordinariamente, sempre que necessário.

Capítulo V

DAS ELEIÇÕES

Art. 27 – As eleições da Diretoria e Conselho Fiscal serão realizadas em Assembléia Geral, com antecedência mínima de trinta dias do término do mandato.

§ 1º - Os interessados deverão registrar na secretaria da Associação, chapa completa para Diretoria e Conselho Fiscal, não podendo haver acúmulo de cargos, nem participação em outra chapa.

§ 2º - As chapas serão formadas por associados fundadores, efetivos e/ou seus representantes, limitados a 1 representante por empreendimento, quites com suas obrigações sociais, devendo ser protocoladas na Secretaria da Associação até a realização da Assembléia Geral Ordinária.

§ 3º - A diretoria eleita será empossada para um mandato de dois (02) anos.

§ 4º - Em nenhuma hipótese serão aceitos votos por procuração.

Art. 28 – A Assembléia para eleição da Diretoria e Conselho Fiscal instalar-se-á em primeira convocação com a maioria dos associados com direito a voto e, em segunda convocação, com no mínimo um terço dos associados com direito a voto.

§ 1º - Após a abertura da Assembléia pelo presidente, este fará o relatório de sua atuação e solicitará aos presentes que escolham entre seus pares, três membros que não façam parte de chapas inscritas para compor a mesa de eleição.

§ 2º - A mesa de eleição composta escolherá entre si o presidente, o secretário e o escrutinador e, após a apuração de votos, dará posse à chapa eleita.

§ 3º - A eleição dar-se-á por voto secreto.

Capítulo VI

DO PATRIMÔNIO

Art. 29 – O patrimônio da ACAVIM será constituído por doações, legados, bens móveis, imóveis, veículos, ações e/ou títulos negociados no mercado financeiro.

Art. 30 – No caso de dissolução da Associação, o respectivo patrimônio líquido será doado a instituições filantrópicas do Município, após aprovação em Assembléia Geral.

Capítulo VII

DAS RECEITAS.

Art. 31 – A receita da Associação será constituída por:

- I – Contribuições dos associados fixadas em Assembléias.
- II – Sobras eventuais de festas, campanhas e outras promoções.
- III – Donativos, locações, legados, auxílios e subvenções de qualquer espécie.
- IV – Doações nacionais e/ou internacionais de pessoas físicas e/ou jurídicas.
- V - Contribuições de inscrição (jóia)

Capítulo VIII

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS.

Art. 32 – A ASSOCIAÇÃO “CAMINHO DO VINHO” – COLÔNIA MERGULHÃO – SÃO JOSÉ DOS PINHAIS-PR – ACAVIM, será dissolvida por decisão da Assembléia Geral Extraordinária, especialmente convocada para esse fim, quando comprovada a impossibilidade de continuação de suas atividades.

Art. 33 – O presente Estatuto poderá ser reformado a qualquer tempo, por decisão da maioria absoluta dos sócios, em Assembléia Geral especialmente convocada para esse fim e, entrará em vigor na data de seu registro em cartório.

Art. 34 – Os casos omissos será resolvidos pela Diretoria e referendados pela Assembléia Geral em data subsequente.

São José dos Pinhais, 04 de novembro de 2008.

ANEXO 2**REGULAMENTO INTERNO ACAVIM****1 -- APRESENTAÇÃO**

A Associação do Caminho do Vinho do Mergulhão, ACAVIM, foi constituída em 18/07/2004, e têm por finalidade proporcionar aos associados os meios para melhoria nas condições de produção, transformação, armazenamento comercialização e divulgação de seus produtos e/ou serviços.

Visando atingir o que estabelece a sua missão, a ACAVIM elabora o Caderno de Normas, para definir produto e/ou serviço e o comprometimento dentro da entidade Caminho do Vinho da Colônia Mergulhão, dentre outros.

2 – CONCEITO

O Caderno de Normas é um conjunto de regras elaboradas a partir do consenso dos associados, para proteger, orientar, padronizar e assegurar o exercício das atividades exercidas pelos empreendedores, nas áreas de vinificação, alimentação, hospedagem, lazer e eventos, produção e venda de produtos coloniais e atividades relacionadas ao turismo rural.

3 – OBJETIVOS

Garantir a qualidade dos serviços oferecidos, buscando a segurança e credibilidade dos visitantes, bem como a manutenção e fortalecimento dos princípios éticos da entidade.

4 - Produtos Turísticos

A fim de fazer parte do roteiro Caminho do Vinho a propriedade deverá se enquadrar em uma ou mais características abaixo apresentadas como principais produtos turísticos do turismo rural.

Adegas
Alambiques
Apicultura
Artesanato
Atrativos naturais (serras, áreas preservadas etc).
Belezas naturais
Colha e pague
Ecoturismo
Esportes de aventura
Estudo do meio
Eventos
Festas típicas tradicionais
Floras
Fruticultura
Gastronomia típica
Herbários
História e cultura local
Horticultura
Móveis
Orquidários
Parques temáticos

Passeios eqüestres
 Patrimônio Ambiental
 Pesca
 Produtos orgânicos
 Roteiros rurais
 SPAS
 Trilhas
 Turismo pedagógico
 Turismo receptivo
 Vivência de auto-conhecimento junto ao meio ambiente.

5 - PRÉ-REQUISITOS

Assim, para que uma nova propriedade venha integrar-se à Acavim, esta propriedade deve, obrigatoriamente, possuir as seguintes características:

Situar-se no meio rural;
 Desenvolver atividades produtivas e gerar renda com a venda de seus produtos;
 Manter e promover a autenticidade e a identidade da propriedade;
 Valorizar a mão-de-obra local;
 Valorizar a Cultura Local e os costumes rurais;
 Manter a tradição cultural local;
 Preocupar-se com o meio-ambiente;
 Oferecer atendimento tipicamente familiar e personalizado;
 Oferecer alimentação típica local e/ou caipira;
 Comercializar produtos e derivados da Região;
 Demonstrar aos turistas a vida no campo;
 Possuir beleza cênica e atrativos naturais;
 Valorizar a fruticultura regional;
 Enquadrar-se, obrigatoriamente, nas orientações desta Carta de Princípios.

6 - Infra-estrutura e Postura Necessária

A fim de garantir um mínimo de qualidade no atendimento ao visitante que realiza o roteiro Caminho do Vinho, além de possuir as características do turismo rural da região, precisam apresentar as seguintes infra-estruturas mínimas:

Água potável
 Área coberta
 Bancos / assentos
 Energia elétrica
 EPI – Equipamentos de Proteção Individual (adequados à atividade produtiva e a atividade turística)
 Facilidade de circulação interna como rampas e adaptação para deficientes
 Iluminação interna e externa
 Lixeiras para coleta seletiva de lixo
 Local de estacionamento
 Local para recepção do turista
 Placa indicativa de horário de funcionamento
 Saneamento básico
 Sanitários feminino e masculino
 Sinalização básica interna e externa

Telefone

Vias de acesso em bom estado, inclusive para ônibus de turismo.

Infra-estrutura Sugerida; fatores que podem complementar a estruturação da Propriedade.

Crachás de identificação para equipe de trabalho, uniforme ou avental.

Área de lazer

Alojamento / hospedagem

Loja de produtos típicos / ponto de venda

Área de alimentação

Área com sombra

Material gráfico de divulgação, Site e E-mail

Algumas características e posturas desejáveis do Proprietário Rural

Além das características do Turismo Rural na Região e da infra-estrutura mínima necessária para o Programa, o proprietário rural deve possuir também algumas características e posturas que são desejáveis para atuação junto ao Programa.

Apresentação pessoal asseada

Atualizar-se constantemente

Conhecimento de normas da vigilância sanitária

Conhecimento de seu meio, do próprio negócio e do(s) produto(s) agrícolas e turísticos.

Conhecimentos básicos administrativos e de recursos humanos (contratação, direitos e deveres de funcionários).

Gostar do próprio negócio e da atividade que está desenvolvendo também é fundamental.

Noções de Primeiros Socorros

Noções de Segurança

Possuir espírito cooperativo e integrativo

Saber planejar

Ser comunicativo

Ser criativo

Ser educado

Ser empreendedor

Ser organizado

Ser participativo

Ser receptivo

Ter jogo de cintura

Ter metas e objetivos

Ver, ouvir e sentir como o turista – empatia.

7- CONSERVAR O AMBIENTE NATURAL

Em todas as fases de implantação e operação, o turismo deve adotar práticas de mínimo impacto sobre o ambiente natural, de forma a contribuir para a conservação das dinâmicas e processos naturais em seus aspectos físicos e biológicos, considerando o contexto cultural e socioeconômico existente.

Os empreendimentos da ACAVIM não devem jogar o esgoto e lixo em locais não preparados para este fim e seguir exigências conforme vigilância sanitária e legislação local;

Devem ser utilizadas as menores dosagens possíveis de defensivos agrícolas químicos nas plantações;

Deve ser estabelecido e considerado um limite máximo de pessoas que podem visitar as áreas naturais e áreas produtivas da região em determinado intervalo de tempo

O visitante, ao chegar à propriedade, deverá ser orientado sobre cuidados com o ambiente natural e com a produção.

Deve ser evitado o desmatamento de áreas naturais objetivando a implantação de infra-estrutura turística.

Deve haver preservação contínua de fauna e flora local.

Para a implantação de trilhas, devem ser seguidas as orientações ambientais em vigor.

Deve ser incentivada a conscientização ambiental e a produção orgânica.

8- PROMOVER O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ECONÔMICO DOS DESTINOS TURÍSTICOS

A cadeia produtiva do turismo deve contribuir para geração de renda e qualificação crescente do trabalho, bem como fomentar a capacidade local de empreender na atividade turística.

Os membros do poder público de uma região turística devem ser instruídos para que possam fomentar o turismo de maneira sustentável.

Deve acontecer conscientização para o cooperativismo

Deve acontecer conscientização dos produtores rurais para o Programa

Deve acontecer processo de orientação e conscientização dos benefícios relativos ao Programa, direcionada a comunidade, utilizando-se do apoio dos meios de comunicação;

Os pontos diversos de comércio situados nas proximidades das propriedades devem ser conscientizados para se tornarem postos de informação

Novos proprietários deverão passar por visita técnica na propriedade e receber capacitação

Deve ser promovida a conscientização e sensibilização da comunidade por meio de eventos, seminários, cursos etc.

O poder público municipal deve acreditar na proposta

Proposta de concursos para incentivo de cuidados para com o patrimônio público e turístico;

Compromisso de divulgação com um mínimo de um mês de antecedência das festas e eventos realizados no circuito

Disponibilização de informações em sites.

Promover a divulgação em nível regional das festas e eventos realizados no roteiro

9- PROMOVER A SUSTENTABILIDADE DA ATIVIDADE

A viabilidade econômica do turismo deve considerar os custos sociais e ambientais, e essas três bases devem ser consideradas de forma equilibrada e integrada.

As ações propostas para o desenvolvimento do Turismo Rural devem ser concebidas e planejadas considerando seus efeitos e conseqüências em uma perspectiva de longo prazo.

Os empreendedores da ACAVIM precisam conseguir, com a ajuda técnica necessária, identificar seus diferenciais, transformá-los em produto turístico, mas sem perderem suas características rurais. A identificação do ponto máximo de crescimento dos empreendimentos é um indicador importante a ser considerado para participação no Programa

Os empresários devem ser estimulados a adotar “boas práticas” relacionadas à conservação ambiental, para evitar que os impactos ambientais inviabilizem a própria atividade turística.

O turismo tem que ser entendido, nas propriedades rurais, como uma forma de viabilizar e/ou impulsionar as atividades tipicamente rurais, ajudando assim no seu desenvolvimento e sustentação.

Incentivar a manutenção da cadeia produtiva do turismo por meio do cooperativismo. Desenvolver, com apoio das entidades parceiras, Programas educacionais para valorização das áreas rurais e do campo.

A sustentabilidade da atividade dependerá da manutenção das características do turismo rural no Caminho do Vinho.

10 - ADOTAR PRÁTICAS DE PLANEJAMENTO E GESTÃO RESPONSÁVEL

O turismo deve ser implementado com base em um processo documentado que demonstre suas possibilidades de sucesso, garantindo assim o mínimo de organização e o compromisso permanente com os princípios do Programa Turismo Rural Cooperativo.

Processos de monitoramento e avaliação, implementados pelos Conselhos, devem compor as práticas de gestão, permitindo o aprimoramento contínuo do empreendimento.

Só poderão fazer parte da ACAVIM, os empreendedores que
 Apresentarem, com a ajuda técnica necessária, pleiteada junto a entidades parceiras, o planejamento de sua atividade;
 Estarem capacitados em áreas como de gestão, qualidade, higiene, atendimento, organização social entre outras;
 Possuírem, preferencialmente, empresa legalmente constituída;

11-ADOTAR A QUALIDADE E SEGURANÇA COMO METAS PRIORITÁRIAS

A prática do Turismo Rural deve proporcionar aos turistas a oportunidade de vivenciar o cotidiano do meio rural com segurança. A satisfação do cliente deve ser constantemente avaliada e as adequações necessárias adotadas para que a proposta de um turismo “acolhedor” seja mantida.

O treinamento da equipe de trabalho deve ser prioridade visando a excelência do atendimento em busca da qualidade como uma marca do negócio.

Assim, foram definidos padrões mínimos de segurança e qualidade que devem ser base para as Propriedades Rurais integrantes da ACAVIM.

11.1-PADRÕES MÍNIMOS DE SEGURANÇA

A propriedade deve possuir Regulamento Interno;
 Caixa de força e outros espaços que ofereçam perigo ao turista devem permanecer trancados e isolados da circulação dos turistas
 Devem estar à mão informações relativas a contato com resgate e hospitais das proximidades
 Devem ser implantadas Placas Informativas em toda a propriedade
 Devem ser realizadas Vistorias preventivas na Propriedade periodicamente
 Devem-se ter todos os cuidados necessários com a administração e armazenamento de produtos tóxicos
 EPI deve estar à disposição do turista adequadamente, para a atividade turística que exigir bem como para a atividade produtiva da propriedade.
 Isolamento de animais bravos
 Lanternas devem estar à disposição
 O turista deve assinar Termo de Responsabilidade, afirmando conhecer os possíveis riscos envolvidos com a atividade.
 Os proprietários devem conhecer e aplicar as normas da ABNT de segurança.
 Os turistas devem ser orientados com relação a áreas de perigo e comportamentos inadequados
 Sinalização de perigo deve ser espalhada nos locais adequados dentro da Propriedade
 Sistemas de combate a incêndio devem ser instalados
 Não deve ser permitido acesso a maquinário e suplementos agrícolas

11.2 - PADRÕES DE QUALIDADE

As embalagens de produtos devem ser padronizadas e devem conter Data de fabricação e prazo de validade nos produtos

Asseio Pessoal da Equipe
 Atendimento Personalizado
 Bom atendimento ao turista
 Capacitação permanente da equipe
 Deve haver Comprometimento com os princípios da qualidade
 Garantia de procedência de produtos regionais
 O valor do vinho será padrão combinado em assembléia
 Limpeza e organização na apresentação dos produtos
 Manter as características definidas como fundamentais para o Empreendedor da ACAVIM
 Manutenção periódica
 Normas de higiene de acordo com a vigilância sanitária
 O proprietário deve preocupar-se com a satisfação do turista
 Organização de acordo com padrões estabelecidos pelo Conselho Regional
 Originalidade na manipulação e venda de produtos
 Os preços de todas as atividades / produtos devem ser claros e estar à disposição do turista em local visível;

Postura adequada da equipe

Produtos selecionados

Superar expectativas

Segurança – Sugestões

As propriedades deverão estar identificadas com a placa do Caminho do Vinho, que agrega mais valor ao produto

Presença de salva-vidas em áreas específicas (rios, lagos, piscinas etc)

Uso adequado e respeito à logomarca “CAMINHO DO VINHO”. Apenas os empreendedores e associados têm o direito de utilizá-la;

As propriedades associadas devem dar preferência para a utilização de móveis rústicos. Evitar a utilização de móveis de fórmica e de plástico. Evitar pintar pedras e árvores de branco;

Respeitar horários divulgados. Prever meios de atender quando há baixo fluxo (campainha) e deixar um aviso no portão quando tiver que fechar por algum motivo, o cliente vai sentir-se respeitado;

Adequar vestimentas para atendimento. A camiseta do Caminho do Vinho tem boa aceitação, o avental ou o traje italiano. Fica a critério.

Ter caixa de sugestões para os clientes, com papel e caneta presa no local;

Zelar para que a propaganda do seu produto ou serviço esteja de acordo com a realidade do seu empreendimento e/ou que não prejudique a imagem do Caminho do Vinho. Não ter ou vender vinho sem rotulo. Vamos trabalhar para todos os produtos terem rotulo (ex. conservas, compotas, geléias);

12- FORTALECER A COOPERAÇÃO ENTRE OS EMPREENDEDORES

A riqueza do Turismo Rural concentra-se nas peculiaridades regionais, o que induz as atividades cooperadas e complementares.

Ações conjuntas e integradas, visando ampliar os benefícios sociais, as possibilidades da oferta, minimizar custos e agregar valor aos produtos oferecidos devem ser priorizadas pelos envolvidos no processo.

Para caracterizar-se como associado, este deve fazer parte, ativamente, da Associação Caminho do Vinho, Colônia Mergulhão - ACAVIM

13-POSSUIR CARACTERÍSTICAS DO TURISMO RURAL

As características fundamentais do turismo rural devem ser permanentemente valorizadas pelos diferentes envolvidos nos roteiros de Turismo Rural. Assim, deve-se manter e promover a autenticidade dos atrativos, desenvolverem o atendimento de forma personalizada, tipicamente acolhedora e familiar, mas com qualidade e profissionalismo. A ruralidade deve estar presente em todos os momentos, mas sem abdicar da segurança e conforto dos turistas.

14-PRAZO DE ADEQUAÇÃO?

Para associar-se à ACAVIM e poder oferecer um dos serviços citados neste **Caderno de Normas** é necessário o comprometimento do empreendedor.

A partir da assinatura da **Carta de Compromisso**, os interessados se comprometem em fazer as melhorias necessárias em seu estabelecimento se for o caso. Participar previamente em pelo menos 75% das Assembléias, reuniões mensais promovidas pela ACAVIM, cursos oferecidos pelos nossos parceiros como também em feiras e eventos de divulgação do Caminho do vinho. O empreendedor deve saber contar como funciona o roteiro e ter conhecimento, respeito e ética em relação aos demais empreendimentos;

Ocorrendo desrespeito ao **Caderno de Normas**, o caso será analisado pela diretoria da entidade e em seguida serão tomadas as seguintes providências:

Será realizada uma assembléia com os associados da ACAVIM, com o intuito de discutir a situação do associado que desrespeitou o Caderno de Normas e identificar o que foi desrespeitado e por que. Nesse momento será solicitada uma visita técnica a propriedade do associado para se identificar IN LOCO todos os problemas enfrentados pelo mesmo. A partir destas ações será proposto um novo prazo para que o associado se adapte ao estabelecido no Caderno de Normas. Caso o associado não cumpra pela segunda vez com o que foi estabelecido, o associado será convidado a se afastar da ACAVIM até que faça as alterações necessárias. O empreendimento que possuir atividade de grande interesse para a ACAVIM (Hotel, centro de convenções), poderá ser admitido no quadro social, a critério da Assembléia.

CARTA DE COMPROMISSO

1. Respeitar e seguir o Caderno de normas e o Estatuto;
2. Participar da vida da Associação;
3. Pagamento de Jóia, estipulado em R\$ 500,00 e mensalidade de R\$ 20,00.

Eu declaro (nós declaramos – núcleo familiar), ter tido conhecimento da presente carta, estar de acordo com o seu conteúdo, comprometendo-me a segui- lá, submetendo –me as fiscalizações, bem como penalizações, quando necessárias.

São José dos Pinhais, _____

Nome do Empreendimento: _____

Empreendedor: _____

Representante 1: _____

Representante 2: _____

APÊNDICES

APÊNDICE 1**TERMO DE COMPROMISSO DE UTILIZAÇÃO DE DADOS**

Eu, **RUBENS RONDON KASSAR**, abaixo assinado, me comprometo a manter a confidencialidade sobre os dados coletados nos arquivos do estudo "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX", bem como a privacidade de seus conteúdos, como preconizam os Documentos Internacionais.

Curitiba, dede 2011

RUBENS RONDON KASSAR (MESTRANDO)

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (Prof^o Orientador)

APÊNDICE 2

QUESTIONÁRIO PARA A POPULAÇÃO LOCAL

1. Sexo () masculino () feminino
2. Idade () 20 a 30 anos
() 31 a 40 anos
() 41 a 50 anos
() mais de 50 anos
3. Trabalha com Turismo local () sim () não
4. Área em que atua: _____

5. Você conhece as políticas públicas implantadas para o desenvolvimento do Turismo local?
6. Vende produtos tradicionais? Quais? Aumentou a renda?
7. A comunidade tem gastronomia própria? Qual? Aumentou a procura com os turistas?
8. Há alguma festa sazonal na comunidade? Qual? Que contribuição proporciona para o turismo, em sua opinião?
9. Houve aumento de postos de trabalho diretos ou indiretos após a implantação das políticas públicas de desenvolvimento do turismo rural? Quantos?
10. O turismo rural proporciona benefícios para a comunidade? De que forma? Houve melhoria na comunidade?
11. Foi construído algum tipo de infra-estrutura associada ao turismo rural (estradas, etc.)? Quais?
12. Existe cooperação entre as várias entidades da comunidade? De que forma? (mercearia, restaurante, café, artesãos, casa de vinho, etc.)
13. Existem divulgação e promoção do caminho e também da comunidade? De que forma?
14. Existe alguma sugestão a ser feita?

APÊNDICE 3

QUESTIONÁRIO PARA OS GESTORES LOCAIS

1. Setor onde trabalha:

2. Cargo que ocupa em relação à estrutura do Turismo local:

3. Trabalha ou trabalhou diretamente com a implantação das políticas públicas para desenvolvimento do turismo local?

4. Há quanto tempo foi implantado o projeto caminho do vinho?

5. Porque razão foi criado este circuito?

6. Na Colônia Mergulhão foram identificados pontos turísticos que possibilitam a atração de visitantes ou turistas? Quais? Teve alguma influência na implantação do caminho?

7. Que dificuldades foram encontradas na implantação do caminho?

8. Que tipo de visitantes/turistas costumam freqüentá-lo? (idade, grupos ou famílias, etc.)

9. Quais as razões para a procura deste tipo de turismo por parte dos turistas?

10. Existe cooperação entre as várias entidades da comunidade? De que forma? (mercearia, restaurante, café, artesão, casas de vinho, etc.)

11. Tem produtos à disposição dos turistas? De onde são? Aumentou a produção com o turismo?

12. Quem deu apoio para a implementação do caminho? Quais?

13. Foi construído algum tipo de infra-estrutura associada à melhora das condições de vida da comunidade? Quais?

14. Foram tomadas medidas com vista a ter cooperação entre membros da comunidade? Quais?

15. Como é feita a divulgação e a promoção do caminho?

16. Em que medida acha importante a implantação de turismo rural no Caminho?

17. Existe alguma sugestão a ser feita?