

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**ANA SOLANGE BIESEK**

**TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL:  
POLÍTICAS E PRÁTICAS EM FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO**

Tese de Doutorado

**Curitiba - PR**

**2013**

**ANA SOLANGE BIESEK**

**TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL:  
POLÍTICAS E PRÁTICAS EM FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Geografia.

Área de Concentração: Produção e Transformação do Espaço Urbano e Regional.

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

**Curitiba – PR**

**2013**

## FICHA CATALOGRÁFICA - UFPR

MEC-UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA  
- Mestrado e Doutorado



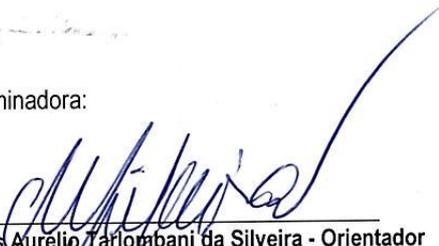
PARECER

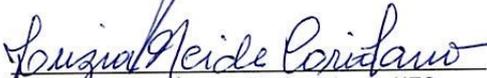
Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Geografia reuniram-se para a arguição da Tese de Doutorado, apresentada pelo (a) candidato (a) ANA SOLANGE BIESEK intitulada "TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: POLÍTICAS E PRÁTICAS EM FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO", para obtenção do grau de Doutor 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 (a) candidato (a), são de parecer pela APROVAÇÃO da Tese.

Curitiba, 21 de novembro de 2013.

Nome e Assinatura da Banca Examinadora:

  
Prof. Dr. Marcos Aurelio Tarlombani da Silveira - Orientador

  
Prof. Dr.ª Luzia Neide Coriolano - UEC

  
Prof. Dr.ª Teresa Cristina de Miranda Mendonça - UFRRJ

  
Prof. Dr. Carlos Alberto Cioce Sampaio - PUCPR

  
Prof. Dr. Mauro José Ferreira Cury - UNIOESTE - Foz do Iguaçu

**Dedico este trabalho à minha família,  
especialmente aos meus pais,  
exemplos, na minha vida, de esforço e dedicação.**

**Amo Vocês**

## AGRADECIMENTOS

A DEUS, pela vida e proteção.

A ANTONIA BIESEK e ANTONIO BIESEK, mãe e pai (*in memoriam*), que sempre me deram muito amor e amplas condições de realizar meus sonhos.

Aos meus irmãos, LUIZ CARLOS BIESEK, EDNA ROSANE BIESEK E SANDRA REGINA BIESEK, pelo carinho e por sempre estarem dispostos a me acolher em Curitiba, durante essa jornada.

Aos meus filhos, ISADORA BIESEK, JOÃO NICOLAU E ANTONIO HENRIQUE BIESEK DEMETERKO, presentes de Deus em minha vida.

Ao meu esposo, ADELIO DEMETERKO pelo carinho, compreensão e apoio.

Uma tese é construída a partir de inspirações individuais e contribuições exógenas adquiridas durante o percurso percorrido pelas diversas e complexas vertentes acadêmicas. Em especial, agradeço ao Dr. MARCOS AURÉLIO TARLOMBANI DA SILVEIRA, meu orientador, pela paciência, dedicação e competência, colocando a disposição seus conhecimentos geográficos e turísticos. Também por ter me escolhido nesta empreitada e ajudado a concretizar o sonho de estudar em um doutorado.

Aos Drs. MIGUEL BAHL e NILSON CÉSAR FRAGA pelas dicas e correção na banca de qualificação, e pela oportunidade de termos escrito artigos juntos. A cada professor da banca final, por disponibilizar seu tempo e contribuir com o avanço deste estudo, DRA LUZIA NEIDE CORIOLANO, DRA. TEREZA MENDONÇA, DR. CARLOS SAMPAIO.

Aos amigos Drs. JOSÉ MAURO FERREIRA CURY E POLIANA CARDOSO, pela ajuda e incentivo na entrada do curso como aluna especial da UFPR, e pela oportunidade dos trabalhos acadêmicos que juntos realizamos durante essa jornada, além do carinho e amizade.

Às amigas SONIA MAR DOS SANTOS MIGLIORINI e LUCILEIDE FEITOSA, pela amizade e oportunidade dos trabalhos científicos que juntos escrevemos e apresentamos nos eventos científicos.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR, em especial ao amigo LUIS CARLOS ZEM, pelo carinho, companheirismo e prestatividade em sempre ajudar.

A Professora e amiga DEISE FERNANDEZ BEZERRA e VANIA CLIMINACIO pelo carinho e apoio nessa trajetória.

Aos ex-alunos e colegas que estão à frente dos Departamentos e Secretarias de Turismo, assim como às Instituições Públicas e Privadas relacionadas ao TBC, que me receberam em seus municípios, disponibilizando seu tempo e informações na obtenção dos dados das pesquisas, em especial ao LEONEL AMÉRICO, que acompanhou algumas visitas e contribuiu com seu rico conhecimento sobre o assunto, à TALITA TOMAZETTI, ARACELLI BIACHIN, SÉRGIO LUIZ WINKERT, CLÉCIO, DAGMAR PEDROSO, ELIO ASTRISSI, ROSELI DE LIMA, WILLIAM GIACOBO, GRACIELA BIER, JOÃO HENRIQUE PIRES E MARINO GERTZ.

Aos proprietários dos estabelecimentos visitados, pela receptividade e pela confiança em disponibilizar informações sobre seus empreendimentos, assim como seus conhecimentos e experiências.

Aos estimados amigos. Agradeço a todos pelo estímulo e parcerias nos estudos e viagens para os diversos congressos e simpósios, e a todos que acompanharam e disponibilizaram sua atenção nessa trajetória.

## RESUMO

BIESEK, Ana Solange. Turismo de Base Comunitária e Desenvolvimento Territorial: Políticas e Práticas em Foz do Iguaçu e Região. 2013. 331 fl. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

O objetivo da tese é compreender a política de desenvolvimento do Turismo de Foz do Iguaçu e as perspectivas do turismo. O propósito do estudo é identificar como o destino Foz do Iguaçu atua com vistas a atender às demandas territoriais em escala local e regional, assim como a repercussão, assimilação e articulação das políticas pelos diferentes sujeitos sociais em diversas formas de atuação. Avalia-se as iniciativas públicas e privadas existentes no território iguaçuense e entorno, que tentam criar novas opções turísticas, possibilitando, novas fontes de renda e emprego para a população local, dentro de perspectivas de inclusão social. Considera-se válido mostrar como as políticas públicas e suas práticas são importantes na organização econômica e social do território, porém não de forma isolada, mas sim com a ativa participação dos atores locais e regionais. Defende-se a tese de que o turismo pode constituir-se em um agente de inclusão social, desde que o seu desenvolvimento seja acompanhado por políticas e práticas territoriais, apoiados em ações, programas e projetos de caráter social, que apresentem como meta principal a inclusão social. Do ponto de vista operacional, a pesquisa utiliza-se de instrumentos metodológicos para uma interpretação integral do objeto de estudo, considerando necessário investigar tanto a realidade objetiva como subjetiva. Nesse sentido, o trabalho investigativo utiliza-se de ferramentas de diagnóstico, aplicadas em escala geográfica local e regional, cujo intuito é verificar as transformações territoriais, assim como compreender as relações entre turismo e pobreza, a partir do foco na discussão das práticas de economia solidária, das políticas e práticas na cidade de Foz do Iguaçu e região de entorno. A metodologia da pesquisa baseou-se também no estudo exploratório sobre as experiências brasileiras atualmente em curso, de planejamento e gestão local, que possam ser consideradas como exemplos de espaços organizados para a exploração do turismo, e que contenham elementos de arranjo sócio-produtivo de base local. Também se baseia no método qualitativo, a partir da realização de entrevistas com atores locais ligados ao poder público, ao setor privado e às comunidades locais. Com os resultados do estudo espera-se trazer uma contribuição científica e acadêmica aos interessados pelos assuntos pertinentes ao turismo, à inclusão social e ao desenvolvimento territorial. Também se espera fornecer subsídios às políticas públicas e às comunidades locais, no sentido de desenvolver o destino turístico de Foz do Iguaçu, diversificando a oferta já consolidada e incrementando o fluxo de turistas, além da valorização da cultura e da melhoria da qualidade de vida da população local, agregando valor ao produto turístico. A conclusão geral do estudo aponta para a necessidade de que o planejamento e a gestão do turismo devem integrar aspectos sociais, espaciais, culturais e ambientais, compartilhando uma base territorial comum, com potencialidades e dificuldades similares, além de incorporar os diversos atores sociais como órgãos públicos, agentes privados e comunidades locais

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de Base Comunitária; Foz do Iguaçu; Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu; Parque Nacional do Iguaçu; Território.

## ABSTRACT

BIESEK, Ana Solange. Community Based Tourism na Territorial Development: A Review of Policies and Practices in Foz do Iguaçu and Region. In 2013. 331 fl. Thesis (Ph.D. in Geography). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

The main objective of the study is to evaluate the development policy of the Community Based Tourism (TBC) in the regional context of Foz do Iguaçu, Paraná. The purpose of the study is to identify as the destination Foz do Iguaçu is acting in order to meet the territorial demands on local and regional scales, as well as the pass, assimilation and articulation of this policy by the different social actors in their various forms of performance. The research has as its starting point the evaluation of public and private initiatives in the territory and region iguaçuense, trying to create new tourism options to visitors, while enabling new sources of income and employment for the local population, within a perspective social inclusion . It is valid to show how public policies and practices are important in economic and social organization of the territory, but not in isolation, but with the active participation of local and regional actors. Defends the thesis that tourism can constitute an agent of social inclusion, since its development is accompanied by political and territorial practices, supported by actions, programs and social projects, which have as main goal the social inclusion. From an operational standpoint, this research makes use of methodological tools for a comprehensive interpretation of the object of study and considered necessary to investigate both subjective and objective reality. In this sense, the investigative work makes use of diagnostic tools applied in local and regional geographic scale, and whose purpose is to verify the territorial transformations, as well as understand the relationship between tourism and poverty, from the focus on the discussion of practices solidarity economy, policies and practices in the city of Foz do Iguaçu and surrounding region. The research methodology was also based on an exploratory study on the Brazilian experiments currently underway, the local planning and management that may be considered as examples of spaces organized for farm tourism, and containing elements of arrangement socio-productive base site. Also based on the qualitative method from interviews with local actors linked to the government, the private sector and local communities. With the results of the study are expected to provide a contribution to the scientific and academic interested in the matters pertaining to tourism, social inclusion and regional development. It also hopes to provide grants to public policies and local communities to develop the tourist destination of Foz do Iguaçu, diversifying the supply already established and increasing the flow of tourists, besides the appreciation of culture and improving the quality of life place, adding value to the tourism product. The overall conclusion of the study points to the need for the planning and management of tourism should integrate social, spatial, environmental and cultural sharing a common territorial base with potential and similar difficulties, as well as incorporating the various social actors such as government agencies, private stakeholders and local communities.

**KEYWORDS:** Community-Based Tourism, Foz do Iguaçu; Municipalities Bordering the Itaipu Lake, Parque Nacional do Iguaçu.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01</b>	Mapa Rotas América Latina.....	119
<b>Figura 02</b>	Regiões Turísticas do Paraná.....	122
<b>Figura 03</b>	Mapa das Expedições de Cabeza de Vaca.....	124
<b>Figura 04</b>	Mapa de Localização de Foz do Iguaçu.....	131
<b>Figura 05</b>	Arranjo Institucional – GIDI.....	151
<b>Figura 06</b>	Mapa Regional PNI.....	157
<b>Figura 07</b>	Mapa Turístico PNI.....	164
<b>Figura 08</b>	Mapa de Localização dos municípios de entorno do PNI.....	166
<b>Figura 09</b>	Roteiro Turístico do Município de Capanema.....	168
<b>Figura 10</b>	Localização dos municípios de entorno ao PNI.....	170
<b>Figura 11</b>	Mapa dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu.....	177
<b>Figura 12</b>	Folder do Circuito Iguaçu de Turismo Rural.....	201
<b>Figura 13</b>	Recanto da Paz.....	203
<b>Figura 14</b>	Berlanda Colonial.....	205
<b>Figura 15</b>	Recanto das Artes.....	207
<b>Figura 16</b>	Recanto Gaúcho.....	208
<b>Figura 17</b>	Associação Vemser.....	210
<b>Figura 18</b>	Artesanato Nandeva.....	212
<b>Figura 19</b>	Chácara Muller.....	217
<b>Figura 20</b>	Chácara Link.....	219
<b>Figura 21</b>	Chácara Rio Bonito.....	221
<b>Figura 22</b>	Sítio Nossa Senhora de Lurdes.....	223
<b>Figura 23</b>	Sítio Colina.....	225
<b>Figura 24</b>	Sítio Arruda.....	227
<b>Figura 25</b>	Sítio Fonte do Macuco.....	229
<b>Figura 26</b>	Recanto Olina Scheffer.....	231
<b>Figura 27</b>	Aldeia Indígena Avá Guarani.....	234
<b>Figura 28</b>	Comunidade Quilombola APEPU.....	236
<b>Figura 29</b>	ITEPA.....	238
<b>Figura 30</b>	APROSMI.....	239

<b>Figura 31</b>	Recanto Olivo.....	241
<b>Figura 32</b>	Pousada Bózio.....	244
<b>Figura 33</b>	Recanto Família Grassi.....	247
<b>Figura 34</b>	Sítio São Roque.....	249
<b>Figura 35</b>	Associação Fazendo Arte.....	250
<b>Figura 36</b>	Artesanato Vitória.....	252
<b>Figura 37</b>	Morro dos Sete Pecados.....	253
<b>Figura 38</b>	Sítio Chico Stephanelle.....	254
<b>Figura 39</b>	Sítio Paulo Scheneider.....	255
<b>Figura 40</b>	CAP.....	257
<b>Figura 41</b>	Associação de Artesanato de Santa Helena.....	258
<b>Figura 42</b>	Sítio das Orquídeas.....	261
<b>Figura 43</b>	Vinhos Boufler.....	263
<b>Figura 44</b>	Cachoeira da Onça.....	265
<b>Figura 45</b>	Associação Rondonense de Artesão.....	266
<b>Figura 46</b>	Folder Roteiro de Turismo Rural Doce Iguassu.....	269
<b>Figura 47</b>	Balneário Martini.....	270
<b>Figura 48</b>	Camping Urutau.....	272
<b>Figura 49</b>	Caminho das Orquídeas.....	273
<b>Figura 50</b>	Pedra do Biguá.....	274
<b>Figura 51</b>	Propriedade Megarancho .....	276
<b>Figura 52</b>	Casa do Artesão.....	276
<b>Figura 53</b>	Folder da Feira dos Sabores Coloniais.....	298

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01</b> Diagnóstico dos principais centros.....	132
<b>Quadro 02</b> Projetos em Desenvolvimento.....	154
<b>Quadro 03</b> Projetos Submetidos para fontes de financiamento.....	155
<b>Quadro 04</b> Estabelecimentos Pesquisados.....	194
<b>Quadro 05</b> Análise SWOTT FI e região no contexto do TBC.....	278

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 01</b> Fluxo de Passageiros: Via Modal Rodoviário.....	133
<b>Tabela 02</b> Fluxo de Passageiros: Via Modal Aéreo.....	135
<b>Tabela 03</b> Empresas Organizadoras/Prestadoras de Serviços para Eventos....	138
<b>Tabela 04</b> Espaço para realização de eventos.....	138
<b>Tabela 05</b> Equipamentos Gastronômicos de interesse turístico.....	141
<b>Tabela 06</b> Espaço de Lazer e Entretenimento .....	143
<b>Tabela 07</b> Estabelecimentos por modalidades, UH'S e leitos.....	144
<b>Tabela 08</b> Participação das atividades características . do turismo na arrecadação do ISSQN.....	146
<b>Tabela 09</b> Número de empregos diretos no segmento turístico (nov/2012).....	147
<b>Tabela 10</b> Município do MS que faz parte do Conselho dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu.....	178

## LISTA DE SIGLAS

- BNDS** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- CODEFOZ** – Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu
- COMTUR** – Conselho Municipal de Turismo
- ECOSOL** - Economia Solidária
- EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo
- ES** – Economia Solidária
- FIPE** – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
- FINEP** – Financiadora de Estudos e Projetos
- GIDI** – Ação Integrada do Destino
- IATA** – International Air Transport Association
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- ICMBIO** - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis
- ICVB** – Iguaçu Convention & Visitors Bureau
- IDH** – Índice de Desenvolvimento Humano
- INDIOS** – Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Solidárias
- INFRAERO** - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
- IPARDES** – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
- ITCP** – Incubadora Tecnológica de Cooperativa Popular da UFPR
- MTUR** – Ministério do Turismo
- OMT** – Organização Mundial de Turismo
- PDITIS** – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
- PDTS.PNI** – Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável nos municípios de entorno do PNI
- PND** – Plano Nacional de Desenvolvimento
- PNI** – Parque Nacional do Iguaçu
- PNUD** – Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas
- PROFOZ** – Núcleo Integrado de Gerenciamento de Projetos
- PRONAF** – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
- SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SETUR/FOZ** – Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu
- TBC** – Turismo de Base Comunitária
- TUCUM** – Rede Cearense de Turismo Comunitário

**TURISOL** – Rede Brasileira de Turismo Comunitário e Solidário

**UNILA** – Universidade Federal de Integração Latino Americana

**WTTC** – World Travel Tourism Council

**WWF** – Ong Internacional Mundial para a Vida Selvagem

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>1.DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL, TURISMO E COMUNIDADES.....</b>	<b>27</b>
1.1 O Desenvolvimento do Território e o Desenvolvimento.....	44
1.2 Novas Formas de Economia.....	56
1.3 Alternativas de Trabalho e Geração de Renda: Economia Solidária, Cooperativa e Associativismo.....	62
1.4 Políticas Públicas de Apoio à Economia Solidária.....	75
1.5 O Turismo e o Desenvolvimento Territorial.....	80
1.6 Conceituando Turismo com Base na Comunidade.....	85
1.7 Turismo de Base Comunitária no mundo, América Latina e Brasil.....	93
1.8 Evolução da Política Pública de Turismo no Brasil: Uma Síntese.....	104
<b>2. REALIDADE SÓCIO-TERRITORIAL DE FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO.....</b>	<b>119</b>
2.1 Aspectos Físicos Naturais de Foz do Iguaçu.....	120
2.2 Colonização da Região – Fundação da Cidade de Foz do Iguaçu.....	123
2.3. Contexto Turístico de Foz do Iguaçu.....	131
2.4 Parque Nacional e Região de Entorno.....	156
2.4.1 Parque Nacional do Iguaçu (PNI).....	157
2.4.2 Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável dos Municípios de Entorno ao Parque Nacional do Iguaçu (PDTS.PNI).....	164
2.5 A Região dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu.....	169
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>189</b>
3.1 Abordagem e Caracterização da Pesquisa.....	190
3.1.1 Instrumento de Pesquisa.....	191
3.1.2 Delimitação das variáveis.....	193
3.1.3 População e Amostra.....	193
3.1.4 Procedimento de Coleta e Análise.....	195
3.2 Oferta dos Estabelecimentos Pesquisados .....	199

<b>3.3 Matriz SWOT considerando Foz do Iguaçu e Entorno em relação ao Turismo de Base Comunitária .....</b>	<b>277</b>
<b>3.4 Análise e Apresentação dos Resultados da Pesquisa .....</b>	<b>283</b>
<b>3.5 Visão dos líderes de entidades e associações relacionadas com o Turismo de Base Comunitária .....</b>	<b>302</b>
<b>4. CONCLUSÕES.....</b>	<b>305</b>
<b>5. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>310</b>
<b>6. APÊNDICES.....</b>	<b>329</b>

## INTRODUÇÃO

O turismo é uma das mais importantes atividades econômicas mundiais, um dos segmentos que mais crescem no país, tem ajudado a redesenhar as estruturas existentes, influenciando a globalização e os novos blocos econômicos. Porém, nem todo grupo social, tem se beneficiado do crescimento do turismo nacional, pela falta de comprometimento com o desenvolvimento local.

Essa tese tem como objeto o contexto de desenvolvimento de iniciativas de Turismo de Base Comunitária (TBC) e analisar os desafios que envolvem o processo de comercialização das atividades para sua consolidação, como um modo de organização do turismo no âmbito local, que seja socialmente justo, ambientalmente responsável e economicamente viável.

O TBC se consolidou nos últimos anos no Brasil. O mercado tem se modificado, muitos turistas querem ter uma viagem diferenciada, de experiência, engajada com projetos de cunho social e ambiental, e paralelo a isso, tem crescido o despertar da consciência para as iniciativas que buscam promover um turismo mais justo e sustentável.

Algumas iniciativas têm se articulado e influenciado a formulação de políticas públicas, universidades e comunidades locais para o fortalecimento da atividade, ganhando espaço, visibilidade e apoio para desenvolverem suas ações. Porém são iniciativas tímidas, que ainda precisam ganhar notoriedade para ter poder de influenciar o desenvolvimento social das comunidades locais, superar os obstáculos existentes e contribuir com o fortalecimento das iniciativas do TBC. Para uma adequada estruturação dos territórios pesquisados são necessárias melhorias na infraestrutura dos empreendimentos, qualificação profissional dos empreendedores locais, fortalecimento da governança local, gestão local das atividades da comunidade, canal de acesso ao mercado e comercialização e promoção dos produtos ofertados, fundamental para o desenvolvimento das atividades tanto no Brasil como em outros países da América Latina, o que leva à reflexão sobre a dificuldade de se atrair os visitantes para as experiências de TBC, mesmo em locais mais estruturados e organizados. Essas dificuldades, em

alguns casos, geram frustrações para propriedades que investiram e não obtiveram retorno.

Em decorrência da relação com a economia solidária, geração de trabalho e renda, inclusão social, desenvolvimento local, o turismo de base comunitária (TBC) tem despertado o interesse da política nacional do turismo, porém pelo fato de não impulsionar a ampliação direta do Produto Interno Bruto (PIB) do turismo, de empresas turísticas ou destinos já consolidados, ainda tem pouca relevância no estado do Paraná no âmbito das políticas públicas, inserções de mercado ou estudos acadêmicos.

As mudanças advindas com a globalização, tecnologias, interferem no posicionamento do ser humano, que buscam formas alternativas de produção e consumo do turismo, baseada em cooperativas, associações, ongs e o TBC.

A escolha pelo tema resultou das experiências acadêmicas e profissionais, bem como a relevância do Turismo Comunitário, em contraponto às práticas do turismo convencional. Se faz necessário compreender a lógica do capital para a construção de uma sociedade mais justa, assim como o surgimento de organizações objetivando defender seus interesses locais, com vistas a manter o modo de vida e cultura dos atores locais e regionais, protegendo e valorizando seus territórios para atender interesses globais, considerando que os resultados produzidos nos espaços locais pelo capital também dependem das relações de poder da ordem local, ou seja, da mobilização e organização da sociedade civil. O turismo é atividade preponderante nesse contexto, ao transformar o lazer em mercadoria a ser consumida durante as viagens.

Esse tema tem destaque em discussões acadêmicas e em movimentos sociais e ambientais. A qualidade do produto turístico, mais do que uma vantagem competitiva, é pressuposto fundamental para o sucesso dos destinos, o que ressalta a importância de desenvolvimento de metodologias de forma a promover as competências profissionais que integram a cadeia produtiva do turismo, priorizando ações de sensibilização e mobilização para o desenvolvimento econômico e social do país.

Busca-se, pois, comprovar que as políticas alternativas de turismo lutam pela inserção da produção local na estruturação dos produtos turísticos como um fator de sustentabilidade com grande impacto para o desenvolvimento

local a partir de processos produtivos que retratem a cultura local, a preservação ambiental, aspectos sociais e formação de redes de cooperação. Dessa forma buscam a sustentabilidade das iniciativas locais, fortalecem os movimentos sociais e a democracia, ampliando a exclusão da pobreza, à medida que ampliam os espaços de participação e oportunizam a geração de trabalho e melhoria da qualidade de vida das pessoas que residem em regiões turísticas, incrementando um diferencial competitivo dos destinos e roteiros turísticos, de forma a possibilitar o aumento da permanência e dos gastos do turista.

O turista não mais deseja ser um sujeito meramente contemplativo em suas viagens, mas sim o ator de sua própria experiência, ou seja, o protagonista de seus sonhos no destino em que escolheu para visitar, perceptível, por meio do crescente interesse de turistas nacionais e internacionais na busca de experiências, no convívio com culturas diferentes e ambientes preservados, o que tem despertado o interesse das comunidades locais na oferta de bens e serviços turísticos.

As iniciativas de TBC representam uma forma singular de estruturação e organização de roteiros e/ou regiões em que se compatibiliza a oferta de produtos e serviços turísticos diferenciados, com a produção de melhoria na qualidade de vida das comunidades locais. É necessário priorizar o planejamento desses territórios, estruturá-los e qualificá-los para a inserção no mercado.

Partindo desses pressupostos é que se pretende analisar e avaliar o papel do turismo no processo de inclusão social no contexto regional, na cidade de Foz do Iguaçu e região dos Municípios ao Lago de Itaipu e região de entorno do Parque Nacional do Iguaçu. A dinâmica espacial dessa área é um desafio constante de estudos de geógrafos, turismólogos, antropólogos e sociólogos, que buscam entender esse espaço.

Para dar conta de analisar e avaliar o papel do turismo, apoiar-se-á na abordagem territorial. Essa abordagem já foi utilizada por outros pesquisadores nos estudos sobre as desigualdades sócio-espaciais, todavia, há poucos estudos relativos ao fenômeno turístico, em particular sobre o papel do turismo como agente de inclusão social.

Defende-se a tese de que o turismo pode constituir-se em agente de inclusão social, desde que o seu desenvolvimento seja acompanhado por

políticas e práticas territoriais, apoiados em Ações, Programas ou Projetos de caráter social ou que apresentem como meta principal a inclusão social.

A busca pelo lazer e turismo em áreas naturais e culturais nas últimas décadas surge da necessidade do homem sair do seu cotidiano das cidades. A potencialidade ambiental e cultural na região onde está inserido o município de Foz do Iguaçu constitui em forte elemento da oferta turística, capaz de redimensionar o espaço turístico de ordem natural, urbano, cultural e social.

Dessa forma, justifica-se o estudo proposto, quando trata de descortinar territórios tão importantes, em locais permeados por mediações políticas e sociais, como é a região de Foz do Iguaçu, buscando através da inclusão social e da atividade turística preservar e dar continuidade a esses fatos tão marcantes. Compreende-se que o tema é relevante, e que se insere no bojo da produção e transformação do espaço urbano e regional.

O turismo é uma atividade dinâmica que se apropria do espaço geográfico, da paisagem, do território e do lugar para a realização das atividades turísticas. Assim, buscando compreender as relações por meio das formas, organização e impactos gerados nos contextos social, econômico e ambiental, remete à geografia algumas noções e estratégias no uso do território, utilização da paisagem, além de questões relativas às políticas públicas e privadas do turismo e do espaço. Também destaca a interconexão dessas áreas do conhecimento, promovendo a interdisciplinaridade, tão enfatizada no mundo acadêmico científico. Sendo assim, serão analisados alguns conceitos com base na ciência geográfica, contribuindo para sua compreensão e utilização na aplicação das pesquisas da geografia do turismo.

É imprescindível que os turistas experimentem uma experiência agradável durante a sua visita ao destino turístico, o que irá depender da qualidade dos produtos e serviços prestados, dos atrativos culturais e naturais existentes, os quais devem ser administrados para promover as relações e contatos entre os diversos protagonistas do setor do turismo, as parcerias com o setor privado, o desenvolvimento da economia local, a integração e participação das comunidades locais para melhor entender suas necessidades e desejos, bem como de uma estratégia sustentável, que leva em conta questões ambientais, sociais e econômicas.

O turismo pode gerar um impacto positivo na comunidade, de forma direta, ao fornecer bens e serviços para os turistas, e indireta, quando trabalha em setores que o abastecem. Estimula as pessoas locais a se qualificar, aprender novas habilidades e idiomas para bem atender ao cliente. Pode incentivar uma gestão mais sustentável dos recursos naturais e culturais, pelo fato de que os turistas valorizam e são dispostos a pagar pela visita personalizada, incentiva o manejo sustentável, que por sua vez traz benefícios para os moradores locais.

A delimitação espacial compreendeu neste estudo Foz do Iguaçu e região, como categoria central para a compreensão do objeto de pesquisa em sua totalidade, que diz respeito ao questionamento: em que medida o turismo é um condicionante para o desenvolvimento sócio-espacial?

Para entender melhor essa questão, buscou-se pesquisar uma área onde predominam estabelecimentos explorados com força de trabalho familiar, que viabilizam a produção familiar e são apoiadas por políticas públicas. Dentre elas: as instituições e propriedades que fazem parte do Circuito Iguaçu de Turismo Rural, Roteiro Doce Iguaçu, Circuito Rural de Matelândia, além de outros empreendimentos turísticos, Prefeituras Municipais, através das Secretarias e Departamentos de Turismo e Agricultura, Sindicato Rural e Cooperativa da Agricultura Familiar e Solidária (Cooafas), Instituto Emater, Instituto Pólo Internacional Iguassu (IPI), Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal do Paraná – ITCP – UFPR, Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Solidárias - INDIOS/ UNIOESTE, Associação VEMSER e Programa Nãndeva.

O eixo norteador da tese, portanto, destacou o papel das políticas públicas de desenvolvimento territorial como geradoras de alternativas de rendas provenientes da atividade turística, com o objetivo de analisar e avaliar qual o papel do turismo no processo de inclusão social, abordando, focalizando o município de Foz do Iguaçu no seu contexto local e regional.

Cabe ressaltar que o levantamento dessas contribuições teórico-metodológicas teve como indutor do universo de pesquisa o município de Foz do Iguaçu, que, apresenta-se como um território pleno de atributos, que o fazem destacar-se no cenário mundial por suas singularidades, focando a atenção no

Turismo, Inclusão Social e o Desenvolvimento Territorial, para responder algumas questões que foram elaboradas na formulação do problema de pesquisa:

Em que medida as políticas e práticas de desenvolvimento turístico definem estratégias de turismo no território de Foz do Iguaçu e região, o que se realiza concretamente para o desenvolvimento do TBC? Quem são os agentes envolvidos e que ações têm sido desenvolvidas para promover a transformação do território? O mercado possui capacidade para incluir um grupo crescente de pessoas que apostam ganhos na atividade turística? Enfim, o turismo pode configurar-se como agente de inclusão social, a partir do fomento às práticas de economia solidária?

É relevante mostrar que as políticas públicas e suas práticas são importantes na organização econômica e social desse território, porém não de forma isolada, mas sim com a ativa participação dos sujeitos sociais locais e regionais.

Diante disso, propôs-se como hipóteses da tese:

1. O turismo pode ser considerado como um elo para redefinição e produção de renda, geração de empregos, alternativa de trabalho para trabalhadores informais, assim como para o fortalecimento de pequenos empreendimentos, preservando a cultura e ambiente local, a partir do fomento às práticas de economia solidária na cadeia produtiva do turismo, sendo mais efetiva a partir de iniciativas dos produtores locais e não exclusivamente do poder público.
2. O espaço rural se caracteriza por atividades agrícolas e não agrícolas, como os produtos e serviços relacionados ao turismo, ao comércio, fruto do estímulo de incentivo e oportunidades de políticas públicas em busca do desenvolvimento local, por meio de alternativas de renda e emprego no espaço rural em Foz do Iguaçu.

Portanto, o objetivo central do estudo é analisar a política de TBC e suas práticas em Foz do Iguaçu e região, compreendendo como o destino e a região atuam, com vistas a atender às demandas sócioespaciais provenientes do processo de inclusão social e como é a repercussão, assimilação e articulação dessas políticas pelos diferentes atores sociais em suas diversas ocupações. A

pesquisa tem como ponto de partida as iniciativas existentes na dimensão centralizadora do desenvolvimento solidário do território iguaçuense e regional, com vistas a criar novas opções turísticas ao visitante, possibilitando fontes de renda e emprego, trazendo como proposta nova configuração local para a atividade, exigindo mudanças, negociações, planejamento e organização social local.

Para dar conta do problema, definiu-se como objetivos:

- Analisar as Políticas e Práticas implementadas para transformação do território de Foz do Iguaçu e região como elemento de inclusão social através da atividade turística, buscando estimular uma política multissetorial;
- Identificar a efetiva e potencialidade turística em Foz do Iguaçu e região, que está gerando novas alternativas de desenvolvimento local, de forma a agregar maior competitividade turística, visando geração de emprego, aumento do nível de renda da população e melhoria das condições de vida e de trabalho, além de conservação e preservação cultural e ambiental;
- Identificar os atores das comunidades para a gestão e oferta de bens e serviços turísticos, assim como os espaços, serviços e produtos pertencentes à cadeia produtiva do turismo, com vistas a colaborar com uma experiência turística diferenciada para o visitante, a partir da sua participação na vida comunitária local.

Como resultados do estudo, espera-se contribuir para geógrafos, gestores, turismólogos, professores, acadêmicos e aos que se interessarem pelos assuntos pertinentes ao Turismo, Inclusão Social e Desenvolvimento Territorial, agregando valor ao destino turístico Foz do Iguaçu, diversificando a oferta consolidada e incrementando o fluxo de turistas provenientes deste segmento, além da valorização e melhoria da qualidade de vida da população local.

A escolha de Foz do Iguaçu como objeto de estudo não é casual, é um destino turístico, que por suas características culturais e naturais, que a identificam no cenário local, regional e nacional, oferece a possibilidade desse tipo de análise. Permite no futuro aplicar diagnóstico a outros âmbitos e a outra escala maior tanto de cidade, como de região e fronteiras. Possivelmente também sua aplicação a outros contextos urbanos com características similares. É considerado o segundo destino receptivo de turistas internacionais do Brasil e

sexto destino receptivo de turistas nacionais, recebendo 1,5 milhões de turistas provenientes de 160 diferentes países, possibilitando novas alternativas de atividades de turismo (SETUR, 2013).

A escolha do tema de pesquisa está relacionada ao interesse profissional do pesquisador, que na Instituição Educacional a qual trabalha, tem desenvolvido trabalhos relacionados ao tema, além do fato de que no decorrer da vida profissional sempre teve contato com os municípios lindeiros ao Lago de Itaipu e Parque Nacional do Iguaçu.

A investigação remete as políticas públicas e privadas que compõem o território como atratividade turística efetiva e potencial. O estudo se finaliza com algumas reflexões com propostas para uma adequada projeção do ambiente urbano e rural, onde se desenvolve e verifica a análise experimental em Foz do Iguaçu e região e se definem alternativas de atuação integral. Os resultados dessa discussão deverão fornecer elementos para subsidiar a formulação das políticas e práticas que considerem a Solidariedade Territorial.

A dissertação está estruturada em três itens seguintes a esta introdução. No primeiro intitulado “Desenvolvimento Territorial, Turismo e Comunidades”, indica-se a análise conceitual e reflexiva dos aportes teóricos pertinentes à questão do território e desenvolvimento territorial, com foco no território, base comunitária, solidariedade e cooperação. Também discute-se o desenvolvimento do território e turismo na perspectiva da geografia, seguido da abordagem sobre a inclusão social e turismo, apontando as políticas de turismo e inclusão social e as experiências em outros países e Brasil.

Os elementos teóricos comporão a base para análise que será feita no segundo capítulo, intitulado “Diagnóstico Sócio-Territorial de Foz do Iguaçu e Região”, tratando das políticas de desenvolvimento territorial do município de Foz do Iguaçu e Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu e Lindeiros ao Parque Nacional do Iguaçu, com ênfase nas relações econômicas, culturais, políticas, sociais e turísticas desenvolvidas nesse território.

No terceiro e último item, realiza-se a “Apresentação e Discussão dos Dados”, através de uma contextualização sobre o objeto de pesquisa e seu entorno, assim como os estabelecimentos e as entidades públicas e privadas inseridas com o tema, a partir das iniciativas realizadas em prol do TBC. Nesse

caminho, avançamos no sentido de decifrar suas especificidades, conteúdos e densidades presentes nas relações entre os gestores das iniciativas públicas e privadas, mostrando como são desenvolvidas as políticas e práticas para atender à demanda de TBC. Na sequência, apresentam-se as reflexões relativas sobre as considerações finais possíveis de extrair da pesquisa, com uma análise entre o aporte teórico e a realidade territorial na região de Foz do Iguaçu, seguido da apresentação da bibliografia referenciada na tese, dos apêndices e anexos.

## 1 DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL, TURISMO E COMUNIDADES

**Que lugares você me aconselha a visitar agora?**

**Perguntou o pequeno príncipe ao geógrafo.**

**O Planeta Terra. Falam bem dele.**

**Antoine de Saint – Exupéry, O Pequeno Príncipe.**

A base teórica do presente estudo está centrada no conceito de “desenvolvimento territorial, turismo e comunidades”, como elemento norteador de reflexão e pressuposto essencial, com vistas a compreender o processo de desenvolvimento de Foz do Iguaçu, da região lindeira ao Lago de Itaipu e região lindeira ao Parque Nacional do Iguaçu, em decorrência ao uso turístico das comunidades ou propriedades vinculadas ao TBC.

A abordagem territorial é a base teórica da qual muitos autores já se utilizaram, mas poucos dedicados ao turismo, o que se buscará mostrar neste estudo. Com o intuito de aprofundar a complexidade que envolvem os conceitos, faz-se necessário entender as principais categorias de análise da geografia: território, espaço, região e paisagem como recurso turístico.

Discute-se, a partir da atividade turística, o território como elemento chave para a compreensão da economia solidária, ressaltando a recriação do território como instância capaz de fazer emergir uma nova cooperação entre as pessoas. A economia social e solidária é um meio importante para a reterritorialização das atividades; deve ser considerada como um projeto político que permite às populações readquirirem soberania e autonomia, discutindo coletivamente as escolhas do que produzir, consumir, repartir. Pode contribuir para a redefinição das relações entre o local e o global.

A temática principal deste estudo é o território em que está inserido o município de Foz do Iguaçu e suas proximidades, a região dos municípios lindeiros ao Lago de Itaipu, que abrange dezesseis municípios, e outros catorze Municípios de entorno ao Parque Nacional do Iguaçu, cuja discussão envolve várias áreas do conhecimento, destacando-se a geografia econômica, social, história, cultura, sociologia, urbanismo e turismo.

A geografia é uma ciência com métodos bem estabelecidos que permitem analisar as coisas, os seres, os fenômenos em suas relações com a

Terra. Para tratar-se da abordagem territorial, torna-se necessário o entendimento de conceitos centrais, como o contexto geográfico e as principais categorias de análise da geografia: espaço, lugar, região, paisagem, território e políticas territoriais.

Atualmente, a Geografia é uma ciência em crescimento e expansão, em função da crescente participação dos geógrafos na construção física e social das regiões, cidades e países, considerando os espaços, distâncias, climas, recursos e população, como as mais diversas possíveis, principalmente no que se refere ao social, integrando o fator econômico com o geográfico, revelando-se aí o papel dinâmico do homem, modificando a superfície terrestre em seu benefício e no da sociedade, construindo um papel muito significativo na compreensão das relações econômicas, nas ações políticas e tecnológicas que organizam o espaço. De acordo com Milton Santos (1997), não basta explicar a Região e o Mundo, pois cumpre transformá-lo, e para isso é necessário conhecer o papel dos processos econômicos, tecnológicos, naturais, culturais, sociais no direcionamento da organização do espaço.

Faz-se necessário compreender o papel dinâmico do homem, que modifica a superfície terrestre a serviço seu e da sociedade. Essa perspectiva da contribuição da Geografia Social como elemento prevalente na superfície terrestre levou ao desenvolvimento da noção de espaço geográfico, espaço esse organizado pelo homem.

O desenvolvimento da Geografia priorizando o homem baseou-se na importância do processo humano como elemento modificador da superfície terrestre e como organizador do espaço.

Segundo Soja (1993):

Todas as sociedades se movem através de uma sequência evolutiva de configurações espaciais concretas, produzidas como uma parte da divisão do trabalho e da complexa articulação de diferentes modos de produção, da elaboração de sistemas de poder político e de dominação, da manifestação concreta da vida social em localizações e tempos particulares. Dentro dessa perspectiva, o processo de regionalização seria a diferenciação geográfica como expressão da divisão do trabalho, em compartimentos territoriais que, frequentemente, assumem uma identidade administrativa, política, cultural e ideológica. Esse processo de regionalização é guiado pelas necessidades do Capital operando através do mercado, das atividades financeiras e crescentemente no tempo, através da intervenção do Estado.

Compreender a interação dos diversos fatores físicos, sociais, políticos e econômicos de uma região, de um país ou de todo um planeta é fundamental para o entendimento da complexidade que se reflete nas categorias geográficas. Entender a complexidade das relações que se estabelecem em determinado lugar é tarefa primordial para a compreensão dos aspectos geográficos e também para a área do conhecimento do turismo.

O interesse dos geógrafos em relacionar o turismo com a geografia datam desde o início de 1900, quando pela primeira vez se começou a falar sobre o tema na Inglaterra, Estados Unidos, França e Alemanha. As diferentes correntes de pensamento refletiram-se nas abordagens da geografia e turismo, considerando que o turismo requer uma compreensão da geografia, e isso ocorre devido ao caráter transformador que este promove no espaço geográfico.

Tendo em vista a importância da interação espacial derivada dos deslocamentos de turistas, traço marcante dessa atividade que concorre para a produção, para a gestão e para a implantação de projetos turísticos, os organismos públicos, em todo o mundo, despertaram para a necessidade de se estabelecer políticas públicas, buscando unir as duas vertentes - geografia e turismo - partindo-se da premissa de que o território é que deve fundamentar as políticas públicas.

As discussões epistemológicas no campo da geografia têm contribuído para reflexões que indiquem possibilidades de atuação em diferentes eixos metodológicos para o entendimento da própria ciência geográfica, importância dessas bases conceituais no campo do entendimento do turismo. Segundo Santos (1997), na concepção de espaço geográfico existe uma categorização onde estão incluídos natureza, sociedade, tempo e espaço. O entendimento desses elementos é fundamental para o fazer turístico.

Para entender a distribuição da oferta no espaço, bem como os diferentes fluxos gerados pela demanda que considere como destino a cidade ou o campo, faz-se necessário entender essa distribuição à luz das categorias geográficas. Tendo em vista os intensos processos socioeconômicos, político-institucionais e simbólicos culturais permeados pela acelerada circulação de pessoas, mercadorias e ideias, o processo da globalização, o território está

relacionado com diversas áreas do saber, como a Geografia, a Economia, a Sociologia, a Arquitetura, o Urbanismo, o Turismo, entre outras.

O questionamento motivador da argumentação refere-se aos tipos de políticas territoriais necessárias para abarcar os contextos de transformação ao qual passa o destino turístico de Foz do Iguaçu e região. Para tanto, ressaltam-se as diferentes políticas e locais. As Políticas territoriais podem ser entendidas como locais onde as ações são emanadas pelos poderes centrais, regionais e locais sobre os diversos territórios. De acordo com Sanchez (1999, p. 72), a política territorial se configura pelo conjunto de enfoques estratégicos, a médio e longo prazo, assim como pelas correspondentes formulações de atuação, dirigidas a intervir sobre o território, a fim de que se assumam as formas que sejam adequadas ao conjunto dos interesses que controlam o poder político. De acordo com Becker (1988), “a gestão do território é a prática estratégica, científico-tecnológica do poder no espaço-tempo”.

O conceito de território tem remetido às ciências humanas, fazendo-se presente em importantes políticas públicas, nas diferentes escalas de poder. Milton Santos passou a adotar o conceito central de território no início dos anos 90, enfocando que é o uso do território e não o território em si mesmo que faz dele objeto da análise social.

A cidade de Foz do Iguaçu está significativamente localizada na micro região trinacional, configurando um importante nóculo da rede territorial sul-americana, tendo em vista que congrega elementos centrais de conectividade e circulação de uma integração territorial continental. O Posicionamento da Tríplice Fronteira contribui com as políticas de integração territorial do Mercosul, que compõe um importante corredor de exportação e importação para os países da América do Sul. Um exemplo é a implantação da Universidade Federal de Integração Latino-Americana (UNILA), que pretende ser um espaço aberto para a região trinacional, projeto da Itaipu Binacional.

Resultado do represamento do Rio Paraná, o Lago de Itaipu abastece a usina e banha quinze municípios, oferecendo diversos atrativos como praias artificiais, barcos para passeio e regata, clubes, marinas e parques. A hidrelétrica pertence ao Brasil e ao Paraguai, recordista em geração de energia elétrica, foi considerada pela Sociedade Americana de Engenharia Civil uma das sete

maravilhas do mundo moderno. Há visitas monitoradas que levam os turistas a conhecerem suas instalações externas e internas, passando pela barragem e o mirante, com vistas do vertedouro.

Patrimônio natural da humanidade, tombado pela Unesco, o Parque Nacional do Iguaçu, no Brasil, e o Parque Nacional Iguazú, na Argentina une os dois países, no lado brasileiro, guarda uma das últimas reservas de mata atlântica do Paraná, formando um corredor de biodiversidade, que vai até o Pantanal Mato-grossense. Do lado argentino, o parque oferece a mesma qualidade em belezas naturais e serviços.

As pontes internacionais que ligam os países são vistas como uma alternativa de desenvolvimento para as cidades e regiões, através do intercâmbio de mercadorias, estratégias políticas e administrativas e a promoção da atividade turística. A Ponte Internacional da Amizade foi fator decisivo na atração de investimento e negócios entre Brasil e Argentina, possibilitando o acesso rodoviário direto a Assunción, pela Rua 01 no Paraguai. A Ponte Tancredo Neves, liga Brasil e Argentina por 489 metros e um vão livre de 220 metros, um dos maiores do gênero do mundo. O desenvolvimento pode ser visto como algo a ser gerido e transformado, com o intuito de satisfazer as diversas necessidades do ser humano, como alimentação, moradia, educação, saúde, transporte, lazer, entre outras.

Tal fato nos remete ao conceito de desenvolvimento sustentável, que surgiu de uma discussão mundial sobre os limites do crescimento econômico, levando-se em consideração os limites do uso dos recursos naturais, propondo uma mudança de paradigma, evidenciando a necessidade do equilíbrio ambiental pautado em relatório, chamou-se de Relatório BRUNDTAND (1987). Ações visando o desenvolvimento sustentável buscam conscientizar a sociedade sobre as consequências do mau uso do meio ambiente, visando um novo paradigma, em um período em que a globalização se consolida. A Globalização se manifesta com o contínuo e intenso fluxo de pessoas, ideias e mercadorias nos mais diversos locais do planeta, um conjunto de intensos processos sócioeconômicos, político-institucionais e simbólico-culturais.

Nas duas últimas décadas do século XX aos dias atuais a velocidade das informações e o processo de globalização foram rápidos e de fluidez. Santos

(2006 p.83) descreve: “que trata de uma fluidez virtual, possível pela presença de novos processos técnicos, sobretudo os sistemas de informação, e de uma fluidez efetiva, realizada quando essa fluidez potencial é utilizada no exercício da ação, pelas empresas e instituições hegemônicas”. A atividade turística em todas as esferas de desenvolvimento acompanhou essa rapidez no desenvolvimento das comunicações, dos transportes e na busca do conforto para o visitante, assim os espaços foram construídos.

Santos (2000, p.20) demonstra uma percepção negativa advinda dos processos globais em extensão, destaca o conceito de desenvolvimento local, que aliado ao desenvolvimento sustentável, valoriza o desenvolvimento humano e social, que demarcado em uma escala geográfica, a escala local direciona a uma certa sociedade e ao território em que vive. Para o autor (2000, p. 20-21):

A globalização, no que se refere a maior parte da humanidade tem sido vista como negativa, tendo em vista que: o desemprego crescente torna-se crônico. A pobreza aumenta e as classes médias perdem em qualidade de vida. O salário médio tende a baixar. A fome e o desabrigo se generalizam em todos os continentes. Novas enfermidades como a AIDS se instalam e velhas doenças, supostamente extirpadas, fazem seu retorno triunfal. A mortalidade infantil permanece, a despeito dos progressos médicos e da informação. A educação de qualidade é cada vez mais inacessível. Alastram-se e aprofundam-se males espirituais e morais, como os egoísmos, os cinismos, a corrupção.

A atividade turística pode ser o elo de desenvolvimento local, porém, deve considerar-se que para se obter o desenvolvimento local, social e humano de uma nação, faz-se necessário compreender e inserir os vários fatores históricos, sociais, econômicos e políticos. Paralelo ao desenvolvimento do turismo local, surge o turismo comunitário, visando à qualidade de vida em um tempo e espaço construídos pela comunidade, agregando seus aspectos econômicos, culturais, ambientais e políticos, na formatação e organização dos produtos turísticos.

A região de Foz do Iguaçu contribui para o desenvolvimento local, através da inclusão social e das experiências que vêm sendo realizadas. Através do planejamento participativo, a comunidade é despertada a pensar nas estratégias de uso sustentável de seu território para o desenvolvimento da prática turística, que se diferencia da prática da atividade turística em grande escala,

priorizando a distribuição da renda gerada pelo turismo e fortalecendo os laços sociais entre os membros da comunidade.

Nesse contexto, ressalta-se as Cataratas do Iguaçu, atrativo ícone, que pertence ao Brasil e Paraguai e atrai visitantes de todas as nacionalidades para contemplar a beleza da flora e fauna da reserva florestal de mata atlântica e um cânion de 2.700 metros de largura, onde as águas do Rio Iguaçu formam as mais lindas quedas d'água do mundo, através de seus 275 saltos, uma das sete maravilhas do mundo natural.

Buscando na geografia e na área de conhecimento do turismo subsídios para descobrir até que ponto as intervenções do turismo estão contribuindo para a inclusão social, parte-se nesse momento para a clarificação dos conceitos-chave a serem tratados na compreensão do mesmo, quer sejam: território, espaço, região, lugar, paisagem, turismo e base comunitária, tendo em vista que as abordagens turísticas encontram-se articuladas dentro de um território.

O estudo remete aos conceitos de território, os quais, têm sido utilizados tanto pelas ciências naturais como pelas humanas. Nas ciências naturais, iniciando-se pelos estudos da botânica e da zoologia, em várias áreas do conhecimento, entre elas a geografia. Nas ciências humanas e sociais, inicia-se no século XIX, com o geógrafo Friedrich Ratzel, que fez uma comparação do estado a um organismo vivo, que segue suas etapas de nascer, crescer e tendência a declinar, havendo uma necessidade de domínio territorial pelo Estado, que na concepção do geógrafo não existiria sem o território, um dos elementos principais, portanto, na formação do Estado, significando a existência de uma sociedade. O território é uma área que alguém possui, o espaço dominado por uma comunidade ou por um Estado (TELES, 2009).

Para Santos (1997), o território é uma mediação entre o mundo e a sociedade nacional e local, não se limitando a territorialidade em identificar e classificar lugares, regiões, mas num entendimento do território como um espaço definido e limitado pelas representações e relações de poder, gerador (e ao mesmo tempo desarticulador) de raízes e de identidade em um grupo social. Ainda complementa o autor (2007, p.13), “que o território é o lugar que desembocam todas as ações, as paixões, os poderes, as forças, as fraquezas,

isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações da sua existência”.

Para Guattari (1986, p.56), “o território envolve uma “ordem de subjetividade individual e coletiva”, a possibilidade de os grupos manifestarem articulações territoriais de resistência em contraposição ao “espaço liso”, homogeneizante, imposto pela ordem social e política dominante”. Godelier (1984, p.114) “denomina território a porção da natureza e do espaço que uma sociedade reivindica, como o lugar em que os seus membros encontrarão permanentemente as condições e os meios materiais de sua existência”. Nessa ligação, o território se torna, antes de mais nada, uma fonte de recursos, “meios materiais de existência”.

Para Raffestin (1993, p. 143), “o território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por ator sintagmático (que realiza um programa) em qualquer nível”. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente, o ator territorializa o espaço, constituindo-se em relações marcadas pelo poder, levando a compreensão de que o Estado ou um grupo de pessoas que detém o poder definem o ordenamento do território.

Para Sack (1996, p. 6), o território é uma área geográfica delimitada e controlada por um indivíduo ou grupo para afetar, influenciar ou controlar pessoas, fenômenos, relações, mediante o exercício de controle de acesso, o que implica uma temporalidade e um trabalho para estabelecê-lo e mantê-lo. Esse território pode ser usado para conter, reter, excluir. Complementa o autor, que a territorialidade é a primeira forma espacial que “toma o poder”, ou seja, a territorialidade implica uma forma de comunicação vinculada às relações sociais, socialmente contruídas. Para ele, nem toda área geográfica é um território, o qual supõe relações de poder entre indivíduos ou grupos, considerando que no mundo moderno “a localização dentro de um território define o pertencimento a um grupo” (SACK, 1996, p. 6).

Haesbaert (2006, p. 35) define território, sobretudo, uma área política. A desterritorialização existe, ela está referida sempre a uma problemática territorial e, conseqüentemente, a uma determinada concepção de território. Os espaços físicos e fixos que separam, muitas vezes servem para unir através da força econômica, cultural e do turismo, que é a principal atividade da área.

Saquet (2003) coloca que o território passa a existir quando se manifesta e se exerce qualquer tipo de poder de relações sociais. São as relações sociais que dão o concreto ao abstrato; são as relações que consubstanciam o poder. Toda a relação social, econômica, política e cultural é marcada pelo poder, porque são relações que os homens mantêm entre si nos diferentes conflitos diários. E são essas relações que cristalizam um território e as múltiplas territorialidades. Portanto, a territorialidade é cotidiana, multifacetada, e as relações são múltiplas e, por isso, os territórios também o são (com territorialidades), revelando a complexidade social, e ao mesmo tempo as relações de indivíduos e grupos sociais com uma parcela do espaço, relativamente delimitada.

Então, ao referir-se ao espaço geográfico, refere-se ao espaço permeado por relações sociais historicamente construídas por intermédio das vivências pessoais. O espaço geográfico tem se tornado mais denso, mais complexo, possibilitando os indivíduos portadores de maiores recursos e tecnologias ocuparem um espaço cada vez mais abrangente, ação esta que nos remete ao capitalismo, ao consideramos que uma das razões porque sobreviveu e se expandiu ao longo da história foi sua capacidade de produzir e ocupar espaço. O processo da globalização provocou mudanças nas formas como os seres humanos se relacionam com o espaço geográfico. A população está distribuída pelos diversos territórios do estado nacional e hierarquizada nesses espaços, em diferentes classes sociais, de acordo com a renda, acesso à tecnologia, dimensão cultural e política, diferenças sociais advindas em grande parte através dos avanços tecnológicos, nos transportes e nas telecomunicações.

Complementa Sene (2003, p. 163), ao afirmar que o espaço geográfico mundial na era informacional está cada vez mais tecnificado, tendo, como consequência, se ampliado significativamente para os integrados. No entanto, ao mesmo tempo, abriga um número crescente de excluídos, materializando em suas paisagens e nas relações intra e inter-lugares os aspectos positivos e negativos do processo de globalização. Complementa o autor, que as relações sociedade espaço-geográfico se materializam no espaço social, no lugar. É no lugar que as pessoas vivem e interagem verdadeiramente entre si e com a paisagem, é onde ocorrem as relações de cooperação e de conflito, é onde se

dão as relações de co-presença. Portanto, é no lugar que se pode encontrar a chave para o enfrentamento das forças fragmentadas dos fluxos hegemônicos do espaço abstrato.

Então, ao se estudar o espaço, é necessário compreender sua relação com a sociedade, a qual interfere nos processos de tempo e mudança. Nesse contexto, Santos (1985) especifica as noções de forma, função e estrutura, como elementos fundamentais para a compreensão da produção do espaço, assim, coloca que as categorias analíticas representarão o verdadeiro movimento da totalidade, o que permitirá fragmentá-la para em seguida reconstruí-la.

Neste contexto, comenta Gonçalves (2007), o espaço é um dado fundamental, por que é nele que também se dão as relações de contiguidade e solidariedade, onde uma ordem espacial é permanentemente recriada. Esse encontro de uma lógica e um sentido próprio localmente construído constitui a configuração do espaço.

Segundo Santos (1990, p. 122), o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais passadas e do presente, por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções.

O espaço é caracterizado pelo contexto histórico do local, por construções e espaços naturais, que consistem os espaços fixos e pelos fluxos de turistas e excursionistas que criam o imaginário através de signos estabelecidos neste lugar. Ao se referir ao lugar, que de acordo com Buttimer (1982), “é o somatório das dimensões simbólicas, emocionais, culturais, políticas e biológicas”, busca-se entender os processos sociais que ocorrem diariamente e suas relações no contexto da globalização, e os valores culturais e sociais como laços que unem e caracterizam os homens, podendo ser considerados nas análises regionais, como identidade regional. Alguns autores defendem o sentido do lugar a partir das relações sociais e culturais de seus habitantes, e essa condição começa a ser repensada na dimensão do espaço (TELES, 2009, p. 18).

Tendo-se em vista a tendência da homogeneização global, a globalização instiga um despertar pela diferença local e mercantilização da etnia e da alteridade, direcionando a uma articulação entre o global e o local, o que destaca a importância das relações estabelecidas entre um determinado grupo,

ou seja, o diálogo, os referenciais afetivos desenvolvidos a partir da convivência entre a população residente e o visitante, gerando uma experiência coletiva do lugar, o que se pode denominar de patrimônio intangível. O lugar é que irá despertar a sua atenção. Toda região tem suas especificidades, e o impacto relacionado ao produto vai ser diferente dependendo da região ou país a que pertence e dos atributos culturais que possui.

Haesbaert (2002) focaliza na relação dialética entre fixos e fluxos e na reconstrução das redes através de processos de desterritorialização e reterritorialização, principalmente como processos sociais, baseados na alta modalidade dos tempos atuais e na virtualização dos espaços simbólicos e das informações.

Dessa forma, considera-se que o espaço, objeto da geografia, tem se tornado cada vez mais um produto da sociedade, não desprezando seus aspectos físicos. Resulta da natureza e da ação humana, é organizado e criado pelo homem, que o constrói através de uma organização evolutiva, liberando um espaço para nele construir sua história, através do trabalho e educação, de forma a pensar o espaço para melhor organizá-lo, ocupá-lo e construí-lo, tendo em vista que a vida humana é uma sucessão de estimativas de valorizações, e que essa produção e reestruturação do espaço é realizada através de diferentes atores, através da prática de poderes, políticas, programas estratégicos e gestão territorial.

Para Santos (1997),

o espaço é um conjunto indissociável de objetos e sistemas e ações de que participam, de um lado, o arranjo de elementos territoriais, naturais, econômicos, sociais e culturais, e de outro, a vida que os preenche e os anima, isto é, a sociedade em movimento.

De acordo com Rodrigues (2001), os elementos básicos do espaço turístico são: oferta turística e demanda turística, serviços, transportes, infraestrutura, poder de decisão, poder de informação, sistema de promoção e de comercialização.

Com base no que foi acima citado, pode-se afirmar que o turismo se territorializa. De acordo com Haesbaert (2006, p. 97),

territorializar significa: criar mediações espaciais que nos proporcionem efetivo 'poder' sobre nossa reprodução enquanto grupos sociais (para alguns também enquanto indivíduos), poder este que é sempre multiescalar e multidimensional, material e imaterial, de 'dominação' e 'apropriação' ao mesmo tempo.

Diniz Filho e Vicentini (2004, p.115) descrevem que:

Os paradigmas presentes nas propostas de reorganização espacial e produtiva do território, assim como nas reformas urbanas contemporâneas em curso nas cidades mundiais, não correspondem possibilidades de investimento e renda geral da população na América Latina, resultando em assimilações incompletas de políticas de gestão urbana ou em cenários de gestão urbana mal acabados de projetos urbanos.

É o reflexo da ocupação territorial deste espaço que deixa suas marcas impressas nos espaços delimitados pela atividade turística. Analisar o turismo na perspectiva do espaço requer o entendimento da complexidade da dinâmica espacial, que antes por nós era considerada como limitada, e o fenômeno da globalização vem quebrar esse paradigma. Sendo assim, compreender e refletir sobre as categorias geográficas é tarefa fundamental para promover, inclusive, a gestão da distribuição dos equipamentos e atrativos (oferta) e o deslocamento dos turistas que se caracterizam pelos fluxos.

A atividade turística organiza a maior parte de sua oferta, a partir de elementos que estão distribuídos no espaço. Torna-se imprescindível entender a conexão existentes entre os diferentes elementos e também o espaço tempo como categoria indissociável, e ao se analisarem os elementos constituintes da formação do espaço turístico, não se deve deixar de considerar que em um mesmo espaço coabitam tempos tecnológicos diferentes, resultando daí inserções diferentes do lugar no sistema ou na rede mundial.

Nesse contexto em que o espaço pode ser reorganizado e ressignificado em função do turismo, pode-se observar como está ocorrendo a fusão das características culturais fortemente expressa através das atividades desenvolvidas pelas comunidades locais. Boullón (2002, p. 79) define espaço turístico como consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, que não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo

Quando realizados estudos que incorporam a dimensão espacial, a região é um conceito chave, podendo ser designada como uma forma de referência a lugares que se diferenciam uns dos outros. Segundo Correa (1995, p. 32 a 50), na nova geografia os conceitos de região estiveram apoiados nos estudos estatísticos e positivistas, descrevendo e agrupando espaços, obedecendo aos diferentes critérios e temas de interesse dos pesquisadores. A geografia crítica observa as questões conceituais sobre a região, inserindo as questões sociais, que dirigem e organizam espaços, trabalham e planejam. Complementa o autor (1997), que o conceito de região reaparece no interior de uma geografia crítica fundamentada no materialismo histórico e dialético, como também nas geografias humanista e cultural, para atender a novas demandas sociais, a partir da década de 70, no âmbito da incorporação de novos paradigmas à geografia.

Para Haesbaert (1999), a região deve ser vista como produto de um processo social determinado que, expresso de modo complexo no/pelo espaço, define-se também pela escala geográfica em que ocorre, podendo ser, assim, um tipo de território. Complementa o autor, que regionalizar deve envolver, igualmente, as diferenças de natureza, como aquelas de ordem mais estritamente cultural e a diversidade territorial, enquanto o fundamento para a regionalização em seu sentido mais geral, se manifesta sob duas grandes formas: a produção de particularidades, do desigual, que vincula os espaços em distintas escalas; a produção de singularidades, do específico, em geral, mas não exclusivamente de base local e sem correlação obrigatória com realidades geográficas em outras escalas.

O conceito de região, principalmente pela proliferação de regionalismos, identidades regionais, desenvolvimento em redes, tem se fortificado, tanto a nível global como intra-nacional, tem pautado uma nova força de revalorização das singularidades, produção da diferença, das diversidades espaciais, valorização do regional, um contraponto à globalização, através da união de produtos, destinos, serviços. Um dos segmentos que mais tem estimulado a diversidade territorial, através da valorização da diferença, é o turismo, um dos setores mais dinâmicos da economia contemporânea.

A regionalização é um processo amplo, instrumento de análise para o geógrafo em busca dos recortes mais coerentes que deem conta das diferenciações no espaço. A natureza da geografia depende em grande parte de uma visão do espaço como um conjunto integrado, uma condensação ou síntese de múltiplas dimensões que as análises regionais, bem ou mal, sempre procuraram alcançar.

De acordo com Haesbaert (1999):

Ao observarmos as correntes geográficas que enfocaram a regionalização, percebemos que algumas entendiam a diversidade territorial mais pelo viés da diferença, em sentido estrito, ou seja, da singularidade, como é o caso da geografia regional lablacheana (regiões nodais), e outras mais pela perspectiva da desigualdade, tomando um padrão de medida como referência para, em função dele, situar cada região. Nesta segunda perspectiva encontra-se a região como produto da divisão territorial do trabalho ou as regiões funcionais, hierarquizadas de acordo com a área de influencia das cidades.

A região é efetivamente construída pela atividade humana, em sua constante produção da diversidade territorial. A relação local-global adquire destaque e a região se torna muito mais complexa, manifestando-se tanto na forma tradicional dos territórios-zona quanto na forma de territórios – rede ou “redes regionais” (HAESBAERT, 1999).

Como parte da política estratégica que norteia o desenvolvimento turístico no país, a Regionalização é resultado de um processo de planejamento descentralizado e compartilhado, iniciado em 2003, que resultou na estruturação e implementação de instrumentos e ferramentas, que têm permitido uma maior interlocução entre o Ministério do Turismo e as 27 Unidades Federativas. Assim, como resultado de uma ação integrada que tem evoluído ao longo de 2003/2012, o mapa turístico brasileiro conta atualmente com 3.635 municípios, organizados em 276 regiões turísticas. A avaliação recente do Programa de Regionalização do Turismo, aponta para a necessidade de novos desafios, notadamente no que diz respeito à construção de uma estratégia de fortalecimento e posicionamento do turismo, a partir da organização das regiões numa abordagem territorial aliada à gestão descentralizada, numa abordagem institucional e empresarial, para o desenvolvimento e a integração do turismo no Brasil.

Reconhecer o espaço regional e a segmentação do turismo, construído e implementado pelos próprios atores públicos e privados nas diversas regiões do

país, constitui uma estratégia facilitadora do desenvolvimento territorial integrado. O Ministério do Turismo dá continuidade ao Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (2013), apoiando ações de fortalecimento institucional, promovendo o planejamento, a qualificação e práticas de cooperação entre os diferentes atores, públicos e privados, na busca da competitividade dos produtos turísticos nas regiões.

Importante, nesse contexto, a compreensão do conceito de paisagem, que de acordo com o raciocínio de vários autores da geografia, esteve originalmente conectado ao positivismo, na escola alemã, entendendo-a como um conjunto de fatores naturais e humanos até aproximadamente a metade do século XX. A escola francesa caracteriza a paisagem a partir do relacionamento do homem com o espaço físico. Outras discussões sobre esse conceito foram tratadas a partir de 1940, nos Estados Unidos, na Alemanha e em países do leste europeu, onde se chegou a discutir a paisagem como sistema ecológico (TELES, p. 22, 2009).

Os geógrafos classificam em paisagem natural (elementos combinados de terreno, vegetação, solo, rios e lagos) e humana ou cultural (inclui todas as modificações feitas pelo homem, como nos espaços urbanos e rurais), o que evidencia a relação entre sociedade e natureza, ocupando um mesmo espaço geográfico. É o resultado da ação conjunta de elementos físicos, biológicos e antropológicos sempre em transformação.

Para analisar a paisagem, é necessário entender os processos de mudanças que ocorrem na sociedade, tendo em vista que a paisagem acompanha o processo de mudança evolutiva da história da sociedade, dando lugar a formas diferenciadas que atendam às necessidades geográficas da estrutura social. No turismo, a categoria paisagem merece destaque especial ao referir-se aos recursos naturais e aos elementos culturais. Identificando-a como um produto cultural, resultado do meio ambiente em interação com a ação da atividade humana, a paisagem pode despertar o interesse do turista por uma determinada localidade.

Para Teles (2009), as paisagens desempenham importante papel na constituição dos lugares turísticos, uma vez que possuem alto grau de complexidade. Podem ser entendidas como a porção visível do espaço

geográfico, porção essa que conta com as riquezas de todos os elementos que compõem os diferentes biomas e ecossistemas. O Brasil se diferencia em suas paisagens naturais, assim como Foz do Iguaçu, com as Cataratas do Iguaçu, pois a primeira ação de um turista, quando pensa em um destino é ir até ele através da imaginação, pois o turismo se reveste de sonhos e arquetípos subliminares, que acabam se globalizando.

As paisagens são compostas por todos os elementos do meio natural e cultural, sendo algumas tratadas como paisagem turística pelos promotores da atividade. De acordo com Rodrigues (2001), as paisagens turísticas não existem, a priori, como um dado da natureza; elas são uma invenção cultural, o que nos leva à compreensão de que algumas paisagens são consideradas mais atrativas pelo turismo por serem uma criação cultural com relação ao padrão de consumo homogeneizado dos visitantes.

Segundo Teles (2009, p. 122), a paisagem, além de ser expressão materializada do espaço geográfico, é tida como uma escala do espaço geográfico, constituindo uma acumulação de tempos e apreendida mediante a compreensão do processo dialético, entre forma, função e processo.

Para Santos (1996), a paisagem é apenas uma pequena parte da configuração territorial ou configuração geográfica, exatamente a parte que pode ser apreendida com um olhar. A existência da quantidade de paisagens estará condicionada à quantidade de observadores dessas paisagens, tendo em vista que cada um observa de acordo com seus olhos, seus interesses, sua formação cultural e pontos de vista, o que nos leva a supor que a paisagem deve ser analisada junto à sociedade que a construiu. O espaço geográfico seria, então, a paisagem animada pela sociedade, a materialização da relação sociedade-natureza. Nas paisagens se acumulam tempos diferentes, daí a importância da análise do processo histórico para a compreensão do espaço geográfico (SENE, 2011, p. 120 a 121).

Complementa Dolfuz (1972, p. 11):

Toda paisagem que reflete uma porção do espaço ostenta as marcas de um passado mais ou menos remoto, apagado ou modificado de maneira desigual, mas sempre presente. É um palimpsesto onde a análise das sucessivas heranças permite que se rastreiem as evoluções. O espaço geográfico se acha impregnado de história. Isto o diferencia dos espaços econômicos os quais, as mais das vezes, descaram o estendal histórico. A

aparência desse espaço concreto e localizável pode ser descrito como paisagem.

Assim, a atividade turística sempre remete a uma imagem, a uma representação exata ou analógica de uma pessoa ou um objeto, na maioria das vezes, a uma imagem mental, que envolve a criação de uma fantasia ou de um sonho, uma transposição do real para o imaginário. Em muitos locais, como em Foz do Iguaçu e região, são realizadas algumas iniciativas para promover um gerenciamento das atividades integradas urbanas e rurais, visando melhorar a qualidade de vida da população, conservar os recursos naturais e culturais, destacando o local enquanto destino turístico. Em se tratando dos referidos destinos turísticos, evidencia-se o quanto a atividade é importante, considerando o espaço onde está inserida e a importância da categoria lugar em uma localidade turística.

A proposta de organização dos territórios através da atividade turística pode ser feita sob a forma de Roteiros Turísticos ligados às suas etnias e à caracterização do meio em que estão inseridas, podendo conter uma diversidade de atrativos que se expressam sob a forma material desses espaços, atribuindo uma identidade à oferta turística. Esse elemento do patrimônio turístico mais o empreendimento e a infraestrutura turística são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer território.

De acordo com Bahl (2004, p. 31), “um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem”. Pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar. Ainda comenta Bahl (2004, p. 57), que além dos roteiros organizados através de agências, existe uma outra modalidade de roteiros, disseminados internacionalmente: são aqueles formados em estradas, rotas, circuitos e caminhos. Ex: Estrada Bonita em Joinville (Santa Catarina), Caminho de Santiago de Compostela (Espanha), Estrada Romântica (Alemanha) e Rota dos Tropeiros (Paraná).

Em relação aos componentes da oferta turística, os serviços, os equipamentos turísticos e a infraestrutura de apoio ao turismo, só tem razão de existir em torno de um atrativo que motive as pessoas, o que é enfatizado por Boullón (2002, p. 46), quando afirma que “na realidade, os serviços são mais um

meio do que um fim: o fim é a prática da atratividade turística”. Esses elementos incidem diretamente na experiência de viagem, já que a falha de um deles pode comprometer os demais.

A manutenção de elementos altamente significativos para a própria localidade (sítios arqueológicos, edifícios, monumentos, praças, parque, entre outros) é um dos grandes desafios para a qualificação da localidade e implica respeitabilidade para com os moradores e a preservação de valores e costumes da comunidade.

Bahl (2004, p. 66) ressalta a necessidade de adequação das localidades receptoras, salientando a importância do amparo de uma entidade voltada ao turismo, que direcione o recebimento dos visitantes, possibilitando a adequação de estruturas e equipamentos. Ainda afirma que a imagem que a localidade transmite deve ser proporcional ao que realmente existe e é apresentado aos que visitam.

Mediante o exposto, percebe-se que é impossível separar as categorias espaço, lugar, território, paisagem, natureza, cultura, sociedade ao se pensar em ordenamento territorial por parte dos profissionais de turismo, quando se busca um espaço adequado para a prática da atividade turística, através dos significados e ressignificações que os sujeitos vão construindo a partir das vivências experimentais em cada localidade. Essas conceituações sobre o território induz a percepção de um espaço em que ocorrem construções, disputas, organizações e processos constituídos socialmente. Podemos considerar o território como um dos sujeitos da ação coletiva que poderá promover o desenvolvimento econômico local.

## **1.1 O Desenvolvimento do Território e o Desenvolvimento**

Podemos caracterizar o desenvolvimento como sendo um processo dinâmico de transformações, não apenas nas formas de produção e tecnologias, mas também nas instituições sociais, políticas e econômicas, implicando mudança, evolução, crescimento e avanço, reconhecendo-se a importância da atuação do estado e do mercado na promoção do desenvolvimento.

Importante, nesse contexto, o entendimento da diferença entre crescimento e desenvolvimento econômico. O desenvolvimento econômico vem sempre acompanhado do crescimento econômico, embora o crescimento não implique, necessariamente, em desenvolvimento. Percebe-se uma diferença ao constatar que crescimento não conduz automaticamente à igualdade e à justiça social, está relacionado ao crescimento da renda nacional per capita, ou seja, aumento do PIB, enquanto o desenvolvimento se constitui em um processo de mudanças qualitativas estruturais, preocupa-se com a geração de renda e sua distribuição, conseqüentemente, com a melhoria da qualidade de vida e bem-estar da população. Um país só estará realmente melhorando seu nível de desenvolvimento econômico e social se, juntamente com o aumento da renda per capita, melhorar também os indicadores sociais. Segundo Dias 2003, p. 67):

[...] o crescimento econômico tem apenas uma conotação quantitativa, traduzindo-se em expansão global da produção de bens e serviços, sem reflexos sensíveis na distribuição de renda, e não provocando mudanças estruturais qualitativas na economia.

Os organismos de turismo realizam várias prospecções do que será o turismo a alguns anos, o evidente aumento do fluxo turístico, porém fica o questionamento de quais serão os impactos previstos com o desenvolvimento, pensando nos turistas e comunidade receptora.

A compreensão do papel do turismo no mundo contemporâneo e seu impacto sobre o local induz a reflexão de ser uma prática essencialmente econômica, focada na necessidade de produção, ou se pode ser instrumento de superação da pobreza e injustiça social, primando pela qualidade de vida das populações locais, conforme os princípios de desenvolvimento humano definidos pelo PNUD (1995) Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas.

- Capacitação: o desenvolvimento deve ser realizado pelas pessoas, não apenas para elas. As pessoas devem participar plenamente nas decisões e processos que moldam suas vidas
- Capacidade de sustentação: acesso a oportunidades, garantidas para as gerações futuras. O capital (ambiental, físico, humano) deve ser repostado.
- Produtividade: as pessoas têm a capacidade para participar plenamente dos empreendimentos rentáveis. O crescimento econômico é, portanto, um subconjunto de desenvolvimento humano.

- Igualdade: acesso a oportunidades iguais, com eliminação de barreiras econômicas e políticas, permitindo a participação de qualidade.

O turismo promove o espaço em que está localizado, em função da sua repropriação pelos setores economicamente privilegiados que fazem parte da sociedade, que detem maior poder aquisitivo ou empreendimentos comerciais que intensificam a especulação imobiliária e revalorização o território. Essas conceituações nos levam aos questionamentos: o turismo gera desenvolvimento para os lugares em Foz do Iguaçu e regiões? Como ocorre esse desenvolvimento? Quem são os beneficiados? A comunidade local beneficia-se com esse desenvolvimento? Quem são as pessoas que se beneficiam com o turismo convencional?

O território, através de seus organismos e instituições, pode ser considerado como sujeito da ação coletiva em prol do desenvolvimento econômico local. A principal questão do desenvolvimento endógeno é a vertente cultural, ou seja, o que é próprio da cultura local, trazem em seu bojo um conjunto de normas, valores sociais, crenças, tradições, costumes, necessidades, recursos naturais e tecnológicos, específicos daquela comunidade, incorporados nos elementos sociais e históricos que estão arraigados no território, e cada grupo local é responsável pelas trajetórias de crescimento, cada arranjo institucional bem sucedido é específico ao território, resultado de um produto construído no local, constituindo-se em um conjunto de relações sociais e econômicas.

Para Garofoli (1995),

Desenvolvimento endógeno significa, em efeito, a capacidade para transformar o sistema socioeconômico; a habilidade para reagir aos desafios externos; a promoção de aprendizagem social; e a habilidade para introduzir formas específicas de regulação social a nível local que favorecem o desenvolvimento das características anteriores. Desenvolvimento endógeno é, em outras palavras, a habilidade para inovar a nível local”.

Desse ponto de vista, o desenvolvimento começa por ser um fenômeno local, de pequena escala e endógeno. A mobilização dos atores locais, o uso dos recursos humanos, materiais, naturais e financeiros, a formação de redes, associações e cooperações entre organismos, instituições e empreendimentos locais, são instrumentos que têm conduzido a novas alternativas de

desenvolvimento econômico, social e ambiental, através de estratégias específicas capazes de reduzir as desigualdades sociais.

Para Fukuyama (1995), a capacidade de cooperar socialmente depende de hábitos, tradições e normas anteriores, virtudes que são encontradas no estoque do capital social de uma determinada comunidade, capital social este que não pode ser adquirido simplesmente por indivíduos agindo por conta própria, uma vez que é uma construção coletiva e histórica.

Diferente do que se esperava do século XX, um período de bem-estar, houve um maior distanciamento entre níveis sociais e nos laços de solidariedade entre as pessoas, culminando atualmente em uma grande diferença entre países pobres e ricos, aumento crescente desde os anos 1990, com uma minoria da nação detendo o comércio mundial. O desemprego atinge o número de 185 milhões de pessoas no mundo, cerca de 6,2% da força de trabalho (OIT, 2008). No início dos anos 1960, a renda per capita das nações mais pobres era de US\$ 212, enquanto nos países mais ricos era de US\$ 11.417; em 2002 essas cifras passaram a US\$ 267 (+ 26%) e US\$ 32.339 (+183,3%), respectivamente.

A ideia até nessa época era de que o crescimento econômico generalizado traria um reflexo dos mais ricos sobre os mais pobres, contrapõe, após observação do crescimento das décadas de 50 e 70, do século XX, que o crescimento não se traduz necessariamente em um maior acesso de populações pobres a bens materiais e culturais, principalmente nos países periféricos (VEIGA, 2005, p. 19).

Argumenta Sen (2000, p. 63), que “o desenvolvimento requer que se removam as principais fontes de privação de liberdade: pobreza e tirania, carência de oportunidades econômicas e destituição social sistemática, negligência dos serviços públicos e intolerância ou interferência de Estados repressivos”. Complementa o autor, que só há desenvolvimento quando os benefícios do crescimento servem à ampliação das capacidades humanas, sendo as mais elementares: ter uma vida longa e saudável, ser instruído, ter recursos necessários a um nível de vida digno e ser capaz de participar da vida da comunidade.

O crescimento e a expansão das iniciativas populares de geração de trabalho e renda, baseadas na livre associação de trabalhadores e nos princípios

de autogestão, cooperação e integração entre os povos, em que os direitos sociais e políticas de fomento ao desenvolvimento têm, a cada dia que passa, ganho maior espaço no território brasileiro, mostrando uma diversificada realidade e trazendo para discussão um conjunto importante de questões teóricas e políticas.

Uma das questões sociais e políticas que se inserem na discussão e prática do desenvolvimento da Economia Solidária é a alta tecnologia, pautada em lógicas econômicas, diferente do capitalismo predador, abrindo espaço para moderna cooperação entre os produtores diretos, visando um desenvolvimento inclusivo, justo e respeitador do meio ambiente, podendo se configurar como um dos vetores de mudança da sociedade, através de seus movimentos e inserção de políticas públicas para o setor.

O Brasil passou, no período de 1940 e 1980, por um processo de industrialização e institucionalização das relações e condições de trabalho, com expansão do trabalho assalariado e ocupações nos segmentos organizados da economia. Nos anos 1940, época em que foi promulgada a consolidação das Leis do Trabalho (CLT), de cada dez ocupações geradas, oito eram assalariadas, sendo sete com contrato formal (RAMIRO, 2009).

A partir dos anos 80, observa-se no Brasil uma tendência de desestruturação do mercado de trabalho associada à expansão do desassalariamento, desemprego e ocupações nos segmentos não organizados. Na década de 1990, os percentuais de assalariamento e formalidade passaram para de cada dez ocupações geradas, sete eram assalariadas, sendo três com contrato formal e quatro sem contrato formal (POCHMANN, 2004).

Esse processo de precarização e crise do trabalho resultou em dois movimentos específicos: de um lado, o aparecimento de um enorme excedente de mão-de-obra, decorrente da crise da dívida externa dos anos 80 e principalmente devido à adoção, desde o final da década de 1980, de políticas neoliberais, que levam a um quadro de estagnação econômica, com crescimento do PIB e grande aumento da taxa de desemprego. Por outro lado, houve o surgimento de diversos movimentos sociais críticos do processo de globalização econômica e da inserção passiva do país nesse processo. O país foi então se

engajando na construção de alternativas de organização social e laboral. Nesse contexto, desenvolveu-se a economia solidária no país.

As políticas públicas de fomento à economia solidária estão sendo construídas, são experiências ainda muito recentes no país, marcadas por uma grande diversidade, cujas metodologias estão em processo de experimentação e têm sido dirigida principalmente para a área de inclusão social e trabalho, embora suas raízes datem das experiências ligadas aos movimentos operários europeus da primeira metade do século XIX.

Para Singer (2002, p.10), a economia solidária é um outro modo de produção, cujos princípios básicos são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual. A aplicação desses princípios une todos os que produzem uma única classe de trabalhadores, que são possuidores de capital por igual em cada cooperativa ou sociedade econômica.

Segundo Iaskio (2007, p. 59), a economia solidária é, portanto, toda organização formada e gerida por trabalhadores que detêm os meios de produção, com vistas à geração de trabalho e renda. Essa organização deve ser pautada em princípios de solidariedade e de autogestão. Entre os empreendimentos de economia solidária estão as cooperativas, as associações, as empresas autogestionárias e qualquer outro empreendimento cujas características conferem com as descritas. O autor complementa que a economia solidária tem sido uma resposta importante dos trabalhadores em relação às transformações ocorridas no mundo do trabalho, por meio de iniciativas que propõem uma forma de trabalho alternativo à tradicional, pautadas em princípios de solidariedade, na propriedade coletiva dos meios de produção e na participação coletiva das tomadas de decisão.

No que se refere às modalidades a que estão distribuídas a economia solidária, destacam-se os chamados EES, isto é, as iniciativas que operam na ponta, as entidades de apoio e fomento (EAF) aos EES, e as formas de auto-organização política, principalmente as redes e os fóruns (Ramiro, 2010, p. 45). Dentre as entidades de apoio e fomento se destacam as incubadoras tecnológicas de cooperativas populares, as ITCP's como são conhecidas, buscam auxílio, por meio de assessoria especializada, à constituição e gestão de empreendimentos econômicos solidários dos setores excluídos do mercado de

trabalho e de cooperativas de trabalhadores, em particular, tendo como meta promover a inserção no mercado formal de trabalho de segmentos sociais economicamente marginalizados, a partir de uma perspectiva ética que valoriza, entre outros elementos, o protagonismo das camadas populares, a autogestão de empreendimentos, a solidariedade e o fortalecimento da cidadania.

Está ocorrendo em várias Universidades e CEFET's do Brasil, uma multiplicação de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares, que contam com o apoio dos incubadores universitários, que têm acesso ao considerável acervo de conhecimentos de suas universidades, além da experiência acumulada na formação e acompanhamento de empreendimentos de economia solidária. As tentativas de abrir o turismo e associações de produtos autônomos dependerão, sobretudo, da capacidade dos protagonistas de melhorar ininterruptamente a qualidade dos seus produtos, de modo a alcançar gradualmente públicos mais exigentes e de maior poder aquisitivo. Se isso vier a acontecer de fato, o combate à pobreza mediante o desenvolvimento local terá ganho, no Brasil, um espaço adicional para se realizar (RAMIRO, 2010).

A iniciativa pioneira ligada à economia solidária no Rio de Janeiro foi a criação, da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares, pela COPPE – UFRJ, que ocorreu durante uma reunião da “Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida”. Nesse espaço foram construídas também as primeiras parcerias como a FINEP/MCT, FBB e o Comitê de Entidades no Combate à Fome e pela Vida (Coep). Posteriormente, em 1997, foi criado o Programa Nacional de Incubadoras de Cooperativas Populares, o Proninc. Esse programa busca garantir, de forma sistemática e permanente, a disseminação de conhecimentos e metodologias e acompanhamento e assistência tecnogerencial às cooperativas populares, fortalecendo os vínculos entre as redes produtivas e tecnológicas existentes.

A institucionalização da economia solidária no país se inicia com a constituição do Grupo de Trabalho Brasileiro de Economia Solidária, cujo objetivo era articular e mediar a participação nacional e das redes internacionais da economia solidária no primeiro Fórum Mundial. Em 2003, a partir desse grupo, é criado o Fórum Nacional de Economia Solidária (FBES) e, de sua pressão, a Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes), instituída pela Lei n.

10.68303, bem como a indicação de seu secretário, o professor Paul Singer. De acordo com levantamento realizado pela Senaes (2006), no Brasil existem cerca de 15 mil EES, sendo destes apenas 1.604 cooperativas populares formalizadas. Além de poucas iniciativas elas são recentes. A distribuição regional no Brasil chama sua atenção por sua concentração na região Nordeste do país (44%), o que demonstra que além de ser uma experiência nova, a economia solidária responde por uma demanda regional importante (RAMIRO, 2010).

Mediante o exposto, observa-se que a economia solidária pode ser um vetor de mudanças, mas para isso deverá estar inserida num programa e numa aliança mais ampla com os demais setores populares. Um exemplo se configura através do estudo amostral realizado por Vieitz, Dal Ri (2001) em que aparece a distinção dos objetivos a serem atingidos pelas empresas de economia solidária (Ecosol) e pelas empresas capitalistas. Mesmo que as duas busquem acumular capital para sobreviver no mercado concorrente, o objetivo dos agentes econômicos na Ecosol é a manutenção do seu posto de trabalho e fonte de renda, diferenciado-se dos capitalistas, que buscam a acumulação individual de capital, inclusive e, principalmente, na forma de liquidez.

Nesse caso, dificilmente uma empresa de Ecosol vai lançar seus excedentes na especulação financeira, e sim investir na melhoria do aparato produtivo, melhorias das condições de trabalho e das condições de vida dos seus associados de forma direta ou indireta, estimulando a economia real, aquela geradora de emprego. A pesquisa referida mostra que as empresas de Ecosol tendem a aplicar uma parte significativa do excedente em investimento. A autogestão desenvolvida plenamente implica em desalienação do trabalho, ainda que limitada pela inserção da Ecosol em um ambiente capitalista. A condição de desenvolvimento da Ecosol é que ela não se isole na resolução de seus problemas imediatos. Ao se colocar no seio dos movimentos sociais que tem a perspectiva da mudança sistêmica, a Ecosol constrói alianças que permite seu desenvolvimento no presente.

No Brasil, a Economia solidária tem uma expressão significativa em termos do número de participantes, mas que proporciona rendimentos muito baixos para os mesmos. Cerca de 50% retira até meio salário mínimo e 26,1% recebem de meio até um salário mínimo (atlas da Ecosol, 2005). Por esses dados

verifica-se que muitas vezes a economia solidária não é uma opção para seus trabalhadores, mas a única alternativa ao desemprego, é a razão evocada por 45% dos participantes (idem, 2006) ou ainda da complementação de renda (44% dos participantes).

As reflexões sobre o contexto turístico local, a preocupação e consciência com o uso predatório dos recursos naturais, aumento da população e, conseqüentemente, da pobreza, a relação homem e natureza, levam as discussões sobre o desenvolvimento sustentável do território.

Foi a partir da década de 1970 que surgiu uma grande mobilização e discussão em torno da questão ecológica, transformando a pura preocupação ambiental em um importante pressuposto para o desenvolvimento mundial. O marco inicial foi através da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano, realizado em 1972, em Estolcomo, Suécia. Em 1982, realizou-se em Nairobi (Quênia) uma reunião comemorativa do décimo aniversário da Conferência de Estolcomo, avaliando-se os resultados obtidos até o momento. Em 1983, foi estabelecida a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, com o objetivo de reexaminar a questão ambiental, inter-relacionando-a com a questão do desenvolvimento e propondo programas de ação. Em 1987, confeccionou-se o relatório final da comissão, intitulado Nosso Futuro Comum, também conhecido como Relatório Brundtland, que impulsionou a expressão Desenvolvimento Sustentável, que era de satisfazer as necessidades da geração atual sem comprometer as necessidades das gerações futuras, evocando a responsabilidade comum de todos os cidadãos a preservar o meio ambiente (SAMPAIO, 2005, p. 115 e 116).

Em 1995, foi realizada a primeira Conferência sobre Turismo Sustentável, patrocinada pelo Programa Ambiental da ONU e pelo Programa sobre o Homem e a Biosfera da UNESCO e OMT.

O conceito de desenvolvimento sustentável continuou sendo discutido durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, sediada no Rio de Janeiro em 1992 (RIO 92), em Joanesburgo (2002), e Rio de Janeiro (RIO 2012), contribuindo para a adoção de práticas sustentáveis, inclusive para o setor turístico. A Agenda 21, criada durante a Rio 92, transformada em Programa, aprovada por todos os países participantes,

constitui o principal referencial para governos, iniciativa privada e sociedade civil, no que se refere ao desenvolvimento em bases sustentáveis, que tem como objetivo incentiva-los a adotar estratégias de desenvolvimento sustentável, através de um roteiro de ações concretas com metas, recursos e responsabilidades definidas. Esse documento está organizado sob a forma de livro, contendo 40 capítulos, divididos em quatro seções: dimensões sociais e econômicas; conservação e gerenciamento dos recursos para o desenvolvimento; fortalecimento do papel dos grupos principais; e meios de implementação.

Uma das ideias que se destaca é a “Carta da Terra”, documento da UNESCO (2000), uma tentativa de complementar a Declaração Universal dos Direitos Humanos, agregando a dimensão planetária, partindo do princípio de que não adianta garantir os direitos humanos, se o planeta continuar em processo de devastação. Para Coriolano (2007, p. 231), o grande desafio é a defesa do homem, de seu trabalho, de sua dignidade, da extinção das desigualdades sociais e o da conservação do ambiente onde se vive.

Inserindo-se nos estudos e práticas da sustentabilidade, a OMT, em 1994, publica a “Agenda 21 para a Indústria de Viagens e Turismo” e aponta, como uma das áreas de ação estratégica, o incentivo ao envolvimento da participação de todos os setores da sociedade, inclusive das minorias. Nesse contexto, a OMT também cria o “Código Mundial de Ética do Turismo”, um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do Turismo Mundial, como forma de minimizar os efeitos negativos do turismo sobre o meio ambiente e o patrimônio cultural, aumentando, simultaneamente, os benefícios para os residentes nos destinos turísticos (MENDONÇA, 2004).

Os empreendedores do setor de turismo, bem como os turistas, devem observar as condições naturais do ambiente, as tradições culturais e sociais e as práticas de todas as populações nativas, assim como os seus valores. O turismo deve ser conduzido em harmonia com a natureza, com os atributos e tradições dos núcleos turísticos receptores, e com respeito às suas leis, práticas e costumes.

Em 2002, em Quebec, Canadá, foi realizada La Cumbre Mundial del Ecoturismo, resultando na “Declaração de Quebec” sobre Ecoturismo, que traça diretrizes norteadoras para fazer da prática do ecoturismo um modelo de

referência que contribua para o desenvolvimento do capital humano, físico, econômico e social (OMT, 2002). A Declaração de Quebec, tendo como base o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA e a Organização Mundial do Turismo, adere ao conceito de turismo sustentável e destaca os seguintes princípios fundamentais: a conservação do patrimônio natural e cultural e a inclusão das comunidades locais no planejamento, desenvolvimento e exploração do turismo.

Também discutiu-se sobre a prática do turismo em áreas protegidas no “V Congresso Mundial de Parques de la IUCN – Unión Mundial para la Naturaleza”, realizado em Durban (África do Sul) em 2003. No mesmo ano, as comunidades rurais e indígenas da Bolívia, Brasil, Costa Rica, Equador, Guatemala e Peru se reuniram em São José (Costa Rica), para pensar no turismo rural comunitário como um componente estratégico de seus países ou regiões, capaz de contribuir para a geração de riqueza e emprego, e para o bem-estar das comunidades, a Declaração de São José. Esse encontro organizado pela Organização Internacional do Trabalho – OIT colaborou para apoiar e garantir o exercício do turismo comunitário e reconhecer alguns avanços conquistados nos últimos anos por vários projetos. Também tem sido realizados diversos encontros, como os Fóruns Sociais Mundiais, em Porto Alegre, Brasil, pela luta por uma outra globalização, a includente, estimulando o surgimento de contrapropostas políticas em busca de uma sociedade sustentável.

Para Coriolano (2007, p. 320 e 321):

Sustentabilidade significa política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuos sem prejuízo do ambiente, de cuja qualidade depende a continuidade da vida, da atividade humana, do desenvolvimento e da capacidade dos animais e das plantas se reproduzirem ao longo do tempo. Sustentabilidade e capitalismo estão sempre em contradição, mas, como pólo dialético, é possível, apontar caminhos, portanto, sustentabilidade é um conceito e uma realidade em construção. Buscar sustentabilidade significa evitar a degradação socioambiental e as injustiças sociais. Portanto, implica negar o modelo de sociedade imposto. Trata-se de uma decisão política, não só do Estado ou dos trabalhadores, mas da sociedade civil, o Estado ampliado. Em particular, estas questões exigem responsabilidades dos agentes do capital, tanto quanto do Estado e da sociedade civil, enquanto co-participantes da degradação planetária. Mudar mentalidades, entender esses valores e mudar o rumo das políticas econômicas e das políticas de turismo são desafios aos governos, empresários, planejadores, investidores, e às comunidades receptoras.

Compreende-se que os problemas relacionados ao meio ambiente estão diretamente ligados à maneira como a sociedade se relaciona com a natureza, a questões econômica, social e cultural. A natureza por si mesma não tem problemas, quando os têm são levados pelo ser humano. Dessa forma, não há como preservar a natureza sem conservar as comunidades tradicionais que nela habitam ou vice-versa. Caso sejam impedidas de satisfazer suas necessidades mínimas como moradia e alimentação, irão pressionar o equilíbrio da biodiversidade por meio de sua depredação, em vez de sua extração (SAMPAIO, 2010, p.39).

Complementa Coriolano (2007, p. 39), que o futuro do turismo sustentável nas comunidades está ligado à capacidade de os governos, empresários e trade local converterem essa atividade em elemento de equilíbrio que ajude a diminuir os déficits estruturais e a dívida social, objetivos que só podem ser alcançados à medida em que o turismo for integrado a uma economia solidária, diversificada e articulada com as especificidades da região. Deve-se considerar a quantidade de residentes envolvidos com o turismo, o nível de conservação ambiental, o crescimento educacional dos anfitriões e ampliar a consciência ambiental, ecológica, patrimonial.

Apesar das várias discussões referentes à relação natureza e sociedade, desenvolvimento sustentável e a preocupação com o envolvimento da comunidade local no planejamento e gestão da atividade turística de base comunitária, tendo o turismo não apenas a função de gerar riquezas, mas também de distribuí-las igualmente, com ética e respeito aos valores e identidades locais, considera-se ainda insignificantes os projetos e iniciativas de construção da sustentabilidade local.

A viabilidade e o sucesso para o desenvolvimento territorial dependerão da percepção e reconhecimento da importância da coletividade e esforço da comunidade em mobilizar as energias locais em torno de uma ideia de desenvolvimento concebido e construído pela própria comunidade.

É fundamental, quando se refere ao processo endógeno, que se tenha capacidade de mobilizar, utilizar, construir, valorizar os recursos locais para o aproveitamento e desenvolvimento do território pela comunidade, somado ao potencial de desenvolvimento, compreendidos como a quantidade de fatores e

recursos no território, a localização geográfica, o clima, a infraestrutura, entre outros, tendo em vista que a dinâmica e transformação são contínuas e está nas mãos da comunidade a possibilidade de adaptar-se às transformações econômicas, produtivas, tecnológicas, políticas, organizacionais, sociais, entre outras.

É perceptível, mediante o exposto, que a formação e a constituição de instituições formais locais são primordiais para o início de um processo de desenvolvimento e construção de uma identidade local, que permita aos residentes irem em busca de seus interesses, representadas pelo poder público, pelo setor empresarial, pela sociedade civil organizada, pelas redes e relações formais e informais.

## **1.2 Novas Formas de Economia**

O desenvolvimento local surge como uma possibilidade promissora para se enfrentar os problemas como fome, desemprego, migração, educação, saúde, entre outros problemas sociais que promovem a exclusão da população. Além da geração de renda, os benefícios estão centrados na preservação e valorização cultural e ambiental, interação, acesso ao conhecimento, entre outros

A noção de espaço está relacionada ao núcleo a que pertence e às modificações que foram ocorrendo ao longo de sua formação, pela natureza e pela ação humana sobre o espaço geográfico, o que se denomina de espaço social. Ao se pensar na construção do espaço turístico, é necessário integrar os espaços com as necessidades da comunidade, envolvendo o poder público e o privado, de forma a gerar recursos para melhorias das infraestruturas que serão disponibilizadas para o lazer do turista, que se planejado adequadamente torna-se mais atrativa.

Por sua vez, conforme já referido em outro item, a sustentabilidade é uma forma integrada de planejamento turístico que procura garantir, a longo prazo e com o mínimo de deterioração de recursos, de degradação ambiental, de rompimento cultural e de instabilidade social, a segurança dos moradores. Tal

abordagem tende a integrar características das tradições econômicas, físico-espaciais e comunitárias (GUERRIER, 2001, p. 25).

A atividade turística sempre está em busca de novos espaços, com vistas a oferecer novas atrações, de forma a atender às exigências da demanda mundial. Assim, cabe ao gestores preocupar-se com injustiças, exclusão social, degradação ambiental, assumindo o compromisso de contribuir com a sustentabilidade, vigorando os princípios de democracia, cooperativismo, autogestão e solidariedade. Nesse contexto, insere-se o turismo de base comunitária, uma expressão do mundo contemporâneo, mais do que uma simples abertura de mercado, são desafios a serem enfrentados, o que exige uma preparação das comunidades, a fim de potencializar suas fortalezas, evitar erros e, sobretudo, agir de forma sábia, pois as deficiências constatadas são provenientes do imprevisto, ausência de profissionalismo, desconhecimento do mercado e dos instrumentos de gestão de negócios. O turismo pode ser uma fonte de oportunidades, mas também é uma ameaça para a coesão social da comunidade, sua cultura e seu habitat natural, se as comunidades não assumirem seu verdadeiro papel no planejamento, operação, fiscalização e desenvolvimento.

Por turismo de base comunitária entende-se toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, de acordo com as práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos. A característica distinta do turismo comunitário é sua dimensão humana e cultural, vale dizer antropológica, com o objetivo de incentivar o diálogo entre iguais e encontros interculturais de qualidade com nossos visitantes, na perspectiva de conhecer e aprender com seus respectivos modos de vida (MALDONADO, 2009).

A empresa comunitária é parte da economia social, mobiliza recursos próprios e valoriza o patrimônio comum, com finalidade de gerar ocupação e meios de vida para seus membros. A finalidade da empresa comunitária não é lucro nem a apropriação individual dos benefícios que são gerados, e sim a sua distribuição equitativa, através do investimento em projetos de caráter social ou de produção (MALDONADO, 2009). O setor de turismo apresenta grande

potencial na geração de empregos e renda, em decorrência dos baixos requisitos de capital e qualificação profissional, e grande inserção dos trabalhadores que trabalham por conta própria, fortalecendo seu papel na redução de desigualdades sociais, apoiado pelo uso de políticas públicas adequadas.

Para exemplificar, são destacados alguns trabalho realizados no Brasil, como o estudo em Porto Seguro, realizado por Néri (2005), em que o pesquisador busca estimar se houve melhorias no que se refere a abertura de portas para alívio à pobreza em Porto Seguro, município que foi objeto de programa de apoio turístico. As chances de uma família de Porto Seguro situar-se abaixo da linha de miséria reduziram-se em 85% entre 1991 e 2000. As chances de encontrar pobres em Porto Seguro são menores do que nos municípios de controle, exceto Fernando de Noronha; crescem as receitas tributárias relativamente aos demais, assim como as transferências recebidas; cresce a infraestrutura turística. No que se refere ao emprego e renda, o estudo observa que as chances de ocupação não controladas entre 1991 e 2000 crescem mais para Porto Seguro, que nos demais municípios de controle, o mesmo ocorrendo com as chances de contribuição para a previdência social no período.

Também se destaca o estudo realizado por Blake, Arbache, Teles e Sinclair (2004), em que ao simularem um aumento de 10% da demanda internacional por turismo no Brasil encontram um impacto positivo importante na redução da pobreza e da desigualdade. Tendo em vista que no Brasil, como a demanda de turismo doméstico é maior que de turismo internacional, espera-se que o impacto redutor da pobreza seja ainda maior. Como o consumo de turismo se concentra nas faixas de renda mais elevadas, também se espera redução de desigualdades no crescimento do turismo doméstico, proporcionando uma solução sustentável de inclusão social e desconcentração de renda, caso o setor forneça o produto turístico para as classes menos favorecidas.

Quanto mais se amplia o papel do governo, melhores são os resultados em termos de redução de pobreza e desigualdade. Onde o governo atua por meio de gastos em bens públicos a serem consumidos pela população, implica maior funcionamento do mercado, porque embora esses bens estejam disponíveis igualmente para todas as faixas de renda, eles existem, sobretudo, em regiões e

setores mais desenvolvidos, onde o sistema de mercado funciona mais amplamente.

A atividade turística vista como potencial na atração de divisas, valorização cultural e desenvolvimento de atrativos e destinos turísticos tem mostrado um grande crescimento durante as duas últimas décadas, tornando-se uma atividade importante do ponto de vista econômico, ganhando espaço para realização de estudos e pesquisas por parte da academia, mídia e dos governos, de forma a buscar entender e atenuar os impactos negativos advindos da atividade, como sobre uso dos recursos naturais, alteração das culturas tradicionais, expulsão de populações locais, especulação imobiliária e a inflação provocada pelo turismo.

Nesse contexto, surgem estudos sobre o combate à pobreza pela prática da atividade turística, integrando-se a economia solidária, que apesar da existência de poucas pesquisas existentes, relacionadas basicamente a estudos de caso de apoio à produção artesanal e turismo de base comunitária, tem despertado o interesse de estudos acadêmicos desde o início dos anos 90, através da criação de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCP), e apenas recentemente tem recebido um tratamento de pesquisa sistemático. O projeto foi pioneiro, tanto para o MTur, como para a ITCP/COPPE/UFRJ, que apesar de ser a primeira incubadora de cooperativas populares do país, não havia trabalhado setorialmente no turismo.

De acordo com Singer (2002, p. 7), “o capitalismo se tornou dominante há tanto tempo que tendemos a torná-lo como normal ou natural”. Em função dos modelos econômicos hoje existentes no mercado, advindos do processo da globalização, ao adquirir um produto ou serviço são infinitas as opções existentes quanto ao tipo, marca, qualidade, preço disponibilizados aos consumidores, acirrando cada vez mais a concorrência e competição das empresas na economia de mercado, excluindo outras opções que são descartadas, fazendo com que alguns se destaquem e outros sejam aos poucos excluídos do mercado. O que também faz com que a sociedade seja inclinada a substituir modos de vida tradicionais, por padrões homogêneos, centrados no consumo alienado, até mesmo para aqueles que não teriam condições de fazê-lo, levando à desvalorização de culturas locais e regionais.

Esse processo precisa de interferência que leve a mudanças positivas. Singer (2002, p. 9) afirma que “para que tivéssemos uma sociedade em que predominasse a igualdade entre todos os seus membros, seria preciso que a economia fosse solidária em vez de competitiva”.

Ao se direcionarem ao desenvolvimento microeconômico com soluções de base territorial, as comunidades tradicionais buscam manter sua singularidade em seus modos de produção, voltados a princípios de sustentabilidade territorial próprios. Surgindo a denominação de arranjo sócio-produtivo de base comunitária (APL), com o intuito de contribuir com as redes de organizações, privilegiando os grupos organizados, formal ou informal, sócio-produtivas locais, denominadas como associações comunitárias, com a responsabilidade de se organizarem em arranjos institucionais, que valorizam o seu território, seu conhecimento tradicional comunitário, com base sócioambiental, compartilhando o desenvolvimento de suas produções. Os arranjos produtivos locais contribuem para que o turismo comunitário seja potencializado, caracterizado como uma maneira pela qual as populações tradicionais sejam protagonistas de seus modos de vida.

Segundo Gorz (2003), o trabalho distante do conceito industrial, quer seja padronizado e enfadonho, pode resgatar o significado de trabalho como ensejo de lazer, no sentido de busca de satisfação, de felicidade, isto é, não é necessário trabalhar uma vida toda para depois libertar-se; trabalho não é apenas produzir riquezas econômicas, pode ser também uma maneira de produzir a si próprio, cita-se como exemplo as pessoas que trabalham no Parque Nacional do Iguaçu, onde estão localizadas as Cataratas do Iguaçu.

Embora o dinheiro esteja sempre presente na maioria das transações comerciais, apenas como troca, surge a necessidade de interação entre as pessoas, no qual grupos urbanos ou comunidades rurais com dificuldades de inserção no mercado de trabalho criam uma dinâmica própria, onde se estreita a relação entre produtores e consumidores, com prática de atividade econômica mais cooperativa e menos competitiva, de forma a proporcionar ao ser humano vida melhor, com mais igualdade e solidariedade, despertando a interconexão entre as pessoas.

O que se deve pensar é em como essas comunidades se aproveitam das vantagens obtidas dessa forma de trabalho, levando em consideração os

problemas advindos da exploração do turismo de massa, como poluição ambiental, interferência na autenticidade local, ociosidade de mão-de-obra local durante a maior parte do ano, especulação imobiliária, trânsito, violência e prostituição.

Na Economia Solidária há necessidade da atuação direta dos atores sociais na construção de sua história, com vistas ao incentivo para mobilização e cooperação das pessoas interessadas em alternativas para construção e organização da produção que privilegie o desenvolvimento humano acima da acumulação de capital. De acordo com Guimarães (2000):

Não há empreendimento sem sociedade. Eu não posso imaginar uma forma de produção se não imaginar um tipo de sociedade. Estudam-se as sociedades anteriores pela forma de produção. Uma é consequência da outra. A industrialização não surge sem mudar a cidade, sem mudar a relação de poder. Não é possível uma produção capitalista numa sociedade socialista e vice-versa. Se estamos pensando numa outra forma de produção, não consigo ver essa outra forma de produção sem estar inserida numa forma de sociedade. A sociedade é uma organização muito maior do que a produção. Só dá para entender economia solidária como um projeto político em sociedade.

Uma economia que respeita a diversidade do nosso mundo. Diferente do turismo de massa, que privilegia o lucro imediato, recebendo um grande número de pessoas, destruindo assim a qualidade relativa aos espaços turísticos, o que nos faz perceber as novas tendências da consumação turística, prevalecendo a qualidade sobre a quantidade. Em um mundo atormentado pela perda das referências, aparece a necessidade de pertencimento, de um intercâmbio cultural dos atores locais. A mudança cultural pode ter efeitos significativos sobre os ciclos dos negócios de um setor da atividade.

Uma das estratégias no desenvolvimento da atividade turística são os modelos de arranjo produtivo locais (APLs). São aglomerações de empresas ou produtores a que são atribuídas as capacidades de promover ação conjunta e, conseqüentemente, saltos de competitividade (SAWYER; LOURENÇO, 2001).

Os APLs podem ser consideradas como estratégia de inclusão social e de desenvolvimento para o país, tendo em vista que os órgãos relacionados aos APLs, apresentam em seu discurso esse modelo organizacional como uma maneira de promover crescimento econômico, gerar novos empregos e produzir bem-estar social à comunidade envolvida.

Cerca de 23 órgãos diferentes, entre públicos e privados, têm trabalhado a fim de elaborar políticas destinadas exclusivamente a apoiar a formação dos arranjos produtivos locais. São eles: Sebrae nacional e estadual, BNDES, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC), IPEA, secretarias estaduais, FIESP como algumas das instituições que se ocupam atualmente de estudos e ações de fomento ao APLs. Merecem destaque as ações do MDIC, que apresenta um grupo de trabalho permanente para o assunto (GTP APL) composto por 33 instituições governamentais e não-governamentais de abrangência nacional (MDIC, 2006).

Um dos maiores desafios ao se tratar de estratégias de desenvolvimento sustentável reside exatamente na maneira apropriada de se mensurar e monitorar resultados. Afinal, a ideia de sustentabilidade expressa a interdependência entre pessoas e o mundo ao redor, buscando a persistência de características necessárias e desejadas para as pessoas, as organizações.

### **1.3 Alternativas de Trabalho e Geração de Renda: Economia Solidária, Cooperativismo e Associativismo**

As transformações que vêm ocorrendo em âmbito mundial, provenientes da globalização, tecnologias, abertura de novos mercados e mobilidade do capital financeiro, têm afetado a economia, modificando as bases produtivas e relações trabalhistas, e interferido no aumento do índice de desemprego, já que muitos são expulsos do mercado ou jamais foram inseridos.

Dessa forma, torna-se necessário buscar alternativas, de articulações na sociedade, que venham contribuir com o desenvolvimento pessoal do ser humano. Entre as várias iniciativas no campo popular, surge a Economia Solidária, que em seus variados modos de atuação busca inserir no mercado pessoas socialmente excluídas do processo, de programas de geração de renda, em que haja autonomia e liberdade do produto.

Nesse contexto, insere-se o Cooperativismo, uma das alternativas para organizar os trabalhadores, no sentido de resgatar e conquistar, através do

trabalho, a sua dimensão humana, a cidadania, e possibilitar especialmente aos trabalhadores desempregados viabilizar um projeto de geração de renda e inclusão social, através de um processo de reeducação, que o faz mudar a maneira de produção, mudando a mentalidade, abandonando a perspectiva individualizada e assumindo uma postura diferenciada, e o compromisso coletivo, através de novas estratégias, através dos conhecimentos do grupo através da cooperação.

Também se destaca o termo associação, definido como uma organização formal, composta de pessoas individuais ou grupos que se unem e relacionam-se para através de um planejamento, do ponto de vista funcional, atingirem o resultado de um objetivo comum ao grupo, buscam outras funções sociais, cujo objetivo central não é o lucro, o qual é redirecionado para benefício dos associados ou para os residentes no território onde se insere a associação, permanecendo associadas enquanto lhe for conveniente a permanência no grupo.

De acordo com Sampaio (2005, p. 64):

O Associativismo é uma ação social coletiva baseada na cooperação qualificada, isto é, privilegia o diálogo, parametrizado no debate ético sobre a lógica da razão econômica, hegemônica, procurando entendê-la para não se deixar seduzir pelo cálculo utilitarista e individual.

Complementa Sampaio (2005, p. 65), que a partir do Associativismo, novas formas de agir podem também ser compreendidas no âmbito do empreendedorismo com responsabilidade social, tais como a responsabilidade social empresarial (RSE), a economia de comunhão, a economia solidária, ou ainda, embutida em livres iniciativas empresariais, que podem ser entendidas como de gestão organizacional sustentável. A economia de comunhão busca fazer da atividade econômica um lugar de comunhão entre quem tem bens e oportunidades econômicas e quem não os tem. A economia solidária busca a existência da solidariedade na economia, sobretudo quando se garante direitos iguais entre aqueles que se associam para financiar, produzir, comercializar ou consumir mercadorias. “Enquanto a economia solidária apregoa a solidariedade nos modos de produção, a economia de comunhão sugere a solidariedade nos modos de distribuição” (SAMPAIO, 2005, p. 65).

Conceitualmente, o termo associação também pode ser definido de acordo com sua etimologia, contexto sociológico e jurídico. Etimologicamente a

palavra associação é proveniente do latim associare, formado a partir do termo socius, que quer dizer companheiro. Em termos sociológicos, provém do surgimento de grupos sem organização eficiente e estrutura orgânica. Em termos jurídicos, decorre dos conceitos jurídicos de associação, tendo em vista que há necessidade de um enquadramento legal, formalidade, uma instituição da personalidade jurídica, determinando que uma associação com personalidade jurídica tenha que ter órgãos, regidos por estatutos e regulamentos internos, ou seja, para que exista uma associação titular de direitos e deveres e que produza efeitos perante terceiros, ela tem de obter a personalidade Jurídica (SAMPAIO, 2005).

Através das associações locais é possível estabelecer uma interação, por meio de um conjunto de iniciativas capazes de enfrentar as diferenças e promover o desenvolvimento local, considerando que tem papel fundamental na contribuição do desenvolvimento social dos cidadãos e das comunidades locais, incentiva a participação coletiva por meio de uma ação organizada, que busca resolver os problemas de ordem social, cultural e econômico de interesse geral, conjunto da comunidade, incentivando a participação através de estímulos e objetivos a serem conquistados.

Porém, para que sejam concretizados os objetivos visualizados nas associações, é necessária a existência de capacidades, competências e disponibilidades, elementos muitas vezes difíceis de se obter de maneira voluntária, o que deduz que estão fortemente condicionadas tanto pelos recursos como a personalidade de seus associados, contribuindo para o desenvolvimento de seu território.

O ser humano partilha sua vida com outras pessoas, o que resulta em diversas relações sociais, interligadas por uma interação, filosofia de vida em que as ações pessoais interferem no comportamento de outras pessoas. Pelo fato das pessoas cooperarem e terem comportamentos semelhantes, que se tornam coesas, surge uma atração interpessoal, considerando que possuem uma interdependência, trabalham em conjunto para um objetivo comum para as atividades do grupo, que para ter bons resultados necessita oportunizar e ter o trabalho de todos nas decisões.

Quanto mais coeso for o grupo, melhores poderão ser seus resultados, a coesão será maior quanto maior for a vontade do grupo de atingir seus objetivos, seguir um estatuto, agir com eficácia, produtividade, deixando de lado o interesse individual, buscando sempre a união, a permanência coletiva, lealdade entre si, segurança, compartilhamento de ideias, interação e, conseqüentemente, a partir dos resultados obtidos, o aumento significativo da satisfação dos envolvidos. Importante ressaltar que a qualidade do desempenho de um grupo depende sobretudo dos conhecimentos, capacidades, aptidões e inteligência dos seus membros.

A cooperação é preponderante para o resgate da conjuntura de instabilidade econômica e social, um princípio constante de transformação da história de vida do homem, em que deve ser inserido nos indivíduos a compreensão da importância, de em suas atitudes adotarem práticas de respeito mútuo, reciprocidade, tolerância, ideia de equidade e civilidade, educando e formando as futuras gerações pautadas na cooperação, no espírito de fraternidade, igualdade, solidariedade e justiça, construindo uma sociedade baseada em princípios éticos, amparados por uma visão de valores humanos universais.

O cooperativismo deve ser encarado como o carro chefe da ajuda mútua, da auto-responsabilidade, da democracia, da igualdade, da equidade, da solidariedade, da honestidade, da transparência, da responsabilidade, da vocação social, valores cooperativos inerentes a uma atitude ética e humanitária. Os valores cooperativos se expressam através de uma concepção antropológica do homem e de suas relações sociais. Os associados se unem para garantir condições para explorarem a atividade econômica, que são inerentes, de forma a terem uma prestação de serviços que melhorem suas condições pessoais, assim como as condições econômicas da sociedade, sem ter que se submeter às condições de exploração mercantil.

A partir dessa reflexão, define-se cooperativa como uma associação de pessoas que se unem, de acordo com seus interesses, de forma voluntária, visando satisfazer suas necessidades e anseios econômicos, sociais e culturais em comum, de forma organizada de uma empresa de propriedade conjunta e

gestão democrática, um ente dotado de personalidade jurídica, titular do exercício de uma atividade econômica inerente à sua constituição.

Porém, objetivando acompanhar e se destacar no mercado atual competitivo, concentram sua preocupação pelo preço justo e eqüitativo entre os concorrentes, com destaque para a qualidade do produto e disponibilização para os consumidores, desenvolvendo seus valores morais e sociais, elevando a autoestima do ser humano. O bem estar humano é a essência da produção e da circulação de bens e serviços. A sociedade cooperativa desponta como modelo ideal ao exercício da empresa. A venda dos produtos tende a ser justa, busca o sentido verdadeiro da dignidade, faz prevalecer o direito supremo à pessoa, ajuda na superação de períodos de instabilidade que afetam a estrutura de diferentes cenários.

O Estado tem relevante papel no apoio e incentivo ao cooperativismo de forma a tratá-lo como importante instrumento para cumprimento da valorização do trabalho. Porém, há que se incentivar o cooperativismo, superando questões meramente ideológicas, com políticas públicas próprias e eficazes, pois, certamente, o crescimento do cooperativismo representará o desenvolvimento local, do Brasil e do Mundo (CAPETTINI, 2011).

Segundo CAPETTINI (2011, p. 91-92):

O sistema cooperativista (da cooperação) tem como proposta a organização de uma estrutura independente do Estado, uma vez que o sonho dos fundadores da Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale representava não só a simples melhoria de sua situação econômica, mas sim a transformação do mundo por meio da cooperação, de forma a privilegiar a sociedade humana, reforçar e alargar a intercooperação, reagindo contra a exclusão social e auxiliando no sucesso de uma sociedade verdadeiramente democrática, em que as cooperativas podem, dentro da sua atividade, integrar os excluídos da produção em domínios socialmente úteis.

Meinem (2002) conceitua cooperativa como:

Uma organização econômica *sui generis*, não é um empreendimento lucrativista, não é expressão de uma economia comunitária, de tipo coletivista, mas também não é associação caritativa. Ele assegura a existência dos economicamente débeis, os quais consideram como membros dotados de iguais direitos, de uma ordem societária edificada sobre o reconhecimento do valor criativo da personalidade. A luta contra a formação de impérios econômicos correspondentes à sua essência, da mesma sorte

que a luta contra a massificação coletivista, que são os grandes desafios do nosso tempo.

Capettini (2011, p. 94) ao considerar a cooperativa como uma sociedade de pessoas, de natureza civil, unidas pela cooperação e ajuda mútua, gerida de forma democrática e participativa, com objetivos econômicos e sociais comuns, cujos aspectos legais e doutrinários são distintos de outras sociedades, e através das mais variadas atividades, apresentam-se como agentes sociais e econômicos relevantes da economia nacional e, desse modo, não somente transformam o desenvolvimento pessoal em uma realidade, como contribuem para o bem-estar de toda a população a nível nacional, o cooperativismo possui valores e objetivos idênticos, ou pelo mesmo muito semelhantes, aos assumidos pela República Federativa do Brasil em sua Carta Magna. Complementa o autor, que o cooperativismo é um dos instrumentos mais eficazes para a realização desses objetivos, pois consagra a liberdade, a igualdade e desenvolve o bem-estar, ou seja, promove a inclusão social com desenvolvimento, mantendo os valores supremos de uma sociedade fraterna, uma sociedade cooperativa.

Nas cooperativas, prevalecem os princípios: adesão voluntária e livre, gestão democrática pelos membros, participação econômica, autonomia e independência, educação, formação e informação, intercooperação e interesse pela comunidade. Cabe uma definição de cooperados, que são pessoas que se unem em sociedade cooperativa, investindo sua personalidade na participação. De acordo com art. 79, cp XII, Seção I, do Sistema das Cooperativas, denominam-se atos cooperativos os praticados entre as cooperativas e seus associados, entre estes e aquelas, e pelas cooperativas entre si quando associados, para a consecução dos objetivos sociais. Parágrafo único: o ato cooperativo não implica operação de mercado, nem contrato de compra e venda de produto ou mercadoria.

No art. 80, Na seção II, que se refere a distribuição de despesas:

Art. 80. As despesas da sociedade serão cobertas pelos associados mediante rateio na proporção direta da fruição de serviços.

Parágrafo único: A cooperativa poderá, para melhor atender à equanimidade de cobertura das despesas da sociedade estabelecer:

I – rateio, em partes iguais, das despesas gerais da sociedade entre todos os associados, quer tenham ou não, no ano, usufruído dos serviços por ela prestados, conforme definidas no estatuto;

II – rateio, em razão diretamente proporcional, entre os associados que tenham usufruído dos serviços durante o ano, das sobras líquidas ou dos

prejuízos verificados no balanço do exercício, excluídas as despesas gerais já atendidas na forma do item anterior.

Art. 81. A cooperativa que tiver adotado o critério de separar as despesas da sociedade e estabelecido o seu rateio na forma indicada no parágrafo único do artigo anterior deverá levantar separadamente, as despesas gerais

Para ser um associado é necessário que a cooperativa tenha condições técnicas de lhe prestar serviços, e, uma vez associado cooperativista, se desejar demitir-se, tal medida não lhe será negada. Essa liberdade concede a qualquer indivíduo a possibilidade de escolher a sociedade cooperativa que mais tenha identificação com seus próprios interesses pessoais. A responsabilidade cooperativista, a qual é constituída pela série de deveres que o associado assume em prol da comunidade em que se admitiu, inserindo-se em um novo mundo, que extrapola a individualidade.

Ao que se refere ao fundamentalismo de direito, na constituição Federal Brasileira:

#### TÍTULO I

##### Dos Princípios Fundamentais

Art. 1. A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: [...]

III – a dignidade da pessoa humana; [...]

Art. 23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios: [...]

VI – Proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas; [...]

Os princípios norteadores do cooperativismo foram idealizados pelos precursores de Rochdale, por volta de 1844, objetivando constituir uma sociedade baseada na valorização do ser humano, na solidariedade, na busca do bem comum e na adesão voluntária, sem objetivo de lucro (art 3, Lei n. 5.764/1971).

No cenário atual, a organização econômica através de cooperativas é possível para todos, desde pequenos, médios e grandes grupos. Nesse tipo de sociedade, o elemento humano está à frente do elemento econômico, já que a sociedade é constituída pelo e para o elemento humano, buscando o desenvolvimento do ente e não da empresa, como acontece com todo empreendimento, cujo fim primordial é o lucro. As cooperativas têm a característica de ser simultaneamente associações e empresas.

As sociedades cooperativas têm peculiaridades que as diferenciam das demais sociedades, como a não distribuição de lucros ou dividendos, mas sim,

retornarem aos cooperados as sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações por eles realizadas (inciso VII do art 4). Seu objetivo é a prestação de serviços aos cooperados, dessa forma, não geram receitas e nem despesas, já que em conformidade com as disposições do art. 80 da Lei n. 7.764/1971, “as despesas da sociedade serão cobertas pelos associados mediante rateio na proporção direta da fruição de serviços”.

Os associados são, ao mesmo tempo, associado e cliente. No momento em que se utiliza de um serviço prestado pela cooperativa, será ele ao mesmo tempo prestador, pois integra a sociedade, e tomador do serviço. A principal característica do ato cooperativo é a realização de operações exclusivamente entre os próprios cooperados. Ato cooperativo é o ato oriundo da operação praticada pela cooperativa, com o fim de atingir o seu objetivo social, a sua finalidade social, ato este protegido pela não incidência, não sofre tributação. De acordo com Túlio Rose (2010), o ato cooperativo é o negócio jurídico bilateral que enlaça uma cooperativa e seu cooperativado (associado) numa relação de prestação de serviço daquela, a cooperativa, para este, o cooperativado. Esse ato interno tem como requisito fático a realização de um negócio externo junto ao mercado para efeitos de sua efetiva consecução. A causa do ato cooperativo é a adesão do cooperativado ao Estatuto da Cooperativa, ou sua criação, quando o mesmo participa da fundação da entidade, celebrando, com os demais o contrato da sociedade, cujo objetivo é a criação de regras estatutárias.

A economia solidária no Brasil tem sua origem vinculada ao processo de globalização iniciado no final da década de 1980 e início da década de 1990, momento em que as discussões referentes à associação de interesses comuns começaram a ter maior destaque, em função da concepção da sustentabilidade e da perspectiva do desenvolvimento social e local, abrangendo as variáveis econômicas, culturais, sociais, ambientais e políticas, como forma de discutir formas alternativas de organização social e laboral. Para Singer:

A economia solidária é um outro modo de produção, cujos princípios básicos são a prosperidade coletiva ou associativa do capital e o direito à liberdade individual. A aplicação desses princípios une todos os que produzem numa única classe de trabalhadores que são possuidores de capital por igual em cooperativas ou sociedade econômica (SINGER, 2002, p.10).

Constantemente, têm surgido novas organizações associativas, mobilizadas por iniciativas inovadoras tanto no meio rural como no urbano. A busca pela melhoria das condições da qualidade de vida é o fator primordial para se atingir o desenvolvimento social e, conseqüentemente, o local, que somente ocorrerá se for sustentável para o meio ambiente e para o ser humano. As comunidades buscam utilizar o que possuem de melhor em suas potencialidades, estimulando a diversificação da base econômica local, favorecendo e fortalecendo o surgimento de empresas, assim expressando sua atratividade para a região. As comunidades rurais e urbanas fazem acontecer um outro turismo na região, o turismo comunitário e solidário.

As atividades produtivas provenientes da economia popular solidária abrangem diferentes setores e categorias sociais, que se organizam através de várias formas, desde grupos informais e pequenas associações a cooperativas e empresas de médio e pequeno porte. Inserem-se, nesse contexto, os grupos familiares e comunitários tradicionais, como também operários e trabalhadores rurais que lutam de forma coletiva na esperança de melhores condições de vida.

Com abordagem mais intensiva, o solidarismo entre os grupos sociais é utilizado pelos trabalhadores como recurso comunitário e de autogestão na organização da produção e do consumo, uma economia alternativa, pode-se observar pela existência de um grande número de associações rurais espalhadas em várias regiões do país, da multiplicação dos grupos coletivos de produção nos assentamentos da reforma agrária ou, ainda, das dezenas de empresas autogestionárias, formadas pelos trabalhadores anteriormente empregados em empresas que entraram em falência. Porém, é necessária muita prudência e cautela, conhecer a realidade local, para então propor projetos suscetíveis de desenvolvimento social e econômico.

Por ter uma ocorrência relativamente nova no Brasil, as características da economia popular de solidariedade não estão dadas, mas se apresentam como tendências e potencialidades por vezes divergentes, desenvolvendo-se com maior ou menor intensidade, de acordo com as condições objetivas e subjetivas em que se produz cada uma dessas experiências. Buscar compreender essa realidade emergente significa captar as ambivalências, dificuldades e

contradições que tais iniciativas carregam e, por conseguinte, problematizar o próprio conceito de economia solidária.

Devido à sua formação e sua história política, o setor cooperativista é o mais sujeito a críticas e dúvidas, quanto à natureza e às finalidades das empresas que abriga. Há que se considerar, no entanto, importantes forças de renovação do cooperativismo, cuja atuação vem gerando estruturas independentes do sistema oficial e, além disso, tensionando as posições de poder e a direção nele dominantes. Um dos casos mais promissores próximo dessa reflexão, é o interesse e a aproximação do sindicalismo cutista, hoje empenhado em vivo debate e em definir um papel pró-ativo junto aos trabalhadores, no que tange, certamente, ao estímulo para a formação de cooperativas autênticas e, também, à luta pela conquista e correção de rota das cooperativas desvirtuadas ou concebidas de modo fraudulento. Outro exemplo recente fruto da convergência entre movimentos sociais, entidades civis e instituições de ensino, é a rápida expansão, em diferentes pontos do país, da Rede de Incubadoras Universitárias de Cooperativas Populares. Há mais tempo, sindicatos rurais, entidades comunitárias, igrejas, Ongs e movimentos como o MST vêm agindo na mesma direção, sendo, portanto, justificado falar de um novo campo cooperativista, popular e democrático (GAIGER, 1994).

Algumas instituições de Foz do Iguaçu estão inseridas no processo de economia solidária e sua capacidade de integração tecnológica, competitiva, organizacional e social, assim como sua contribuição para seus associados, assim como para o desenvolvimento do destino. Foram detectados alguns fatores relevantes que demarcam a construção social dessas empresas. É reconhecida a importância da cooperação, a consciência sobre a importância da qualificação profissional, em preservar a cultura e o meio ambiente, a qualidade e custo do que produzem tende a ter vantagens competitivas, responsabilidade e consenso, autogestão, estimulando-os a participarem do processo, aceitando os desafios que lhes são impostos, em favor dos próprios produtores e no interesse da sobrevivência do empreendimento, pois o êxito desses empreendimentos não impõe mecanismos de exploração dos trabalhadores, distinguindo-se do processo de produção capitalista, cujo efeito positivo decorre proporcionalmente do caráter socialmente cooperativo por eles incorporado. Dessa forma, atendem não apenas

às aspirações materiais, centrando-se na humanização das relações, no trabalho e na vida.

A Economia Solidária parte do princípio de que não deve se voltar somente ao desenvolvimento identificado como crescimento econômico, mas o desenvolvimento pautado nos direitos humanos, distribuição de renda e riquezas, preservação cultural e ambiental e princípios democráticos. As experiências da economia solidária são capazes de despertar novas relações de produção para o conjunto da sociedade. Muitos trabalhadores que hoje estão inseridos em empresas de economia solidária são pessoas que foram excluídas do mercado através do Capital, num processo lento e muitas vezes penoso.

O conceito de empreendimento econômico solidário reúne as características ideais de um empreendimento perfeitamente solidário. Objetiva observar quais são os traços positivos mais frequentes das experiências que hoje se destacam e suas principais barreiras ao buscar viabilizar uma alternativa solidária. De acordo com Gaiger (1994), os empreendimentos econômicos solidários (EES) possuem idealmente as seguintes características:

**Autogestão:** controle da gestão pelo conjunto dos associados e autonomia diante de agentes externos.

**Democracia:** decisões tomadas pelo conjunto dos associados, por meio de instâncias diretivas livremente formada e eleitas, assegurando-se transparência no exercício da direção e sua fiscalização por órgãos independentes.

**Participação:** regularidade e frequência de reuniões, assembleias e consultas, com elevado grau de comparecimento e mobilização e mecanismos de renovação e alternância dos quadros diretivos.

**Igualitarismo:** garantido por critérios de remuneração pelo trabalho, por uma divisão equitativa dos excedentes e benefícios, pela socialização do capital e pela inexistência de outros regimes de trabalho permanentes para atividades-fim.

**Cooperação:** responsabilidade partilhada no processo produtivo, relações de confiança e reciprocidade, paridade social entre funções de direção e de execução ou entre tarefas manuais e intelectuais.

**Auto-sustentação:** atividade produtiva geradora de viabilidade econômico-financeira, sem comprometimento do ambiente social e natural.

**Desenvolvimento humano:** processos de formação da consciência e de educação integral e iniciativas de qualificação técnica e profissional.

**Responsabilidade social:** ética solidária socialmente comprometida com melhorias na comunidade e com relações de comércio, troca e intercâmbio; e práticas geradoras de efeito irradiador e multiplicador.

Através do cooperativismo, a comunidade pode beneficiar-se de duas formas: quando não tem interesse em receber o visitante, tem como opção apenas fornecer sua produção, formada principalmente por produtos artesanais, gastronômicos, produções artísticas e culturais, produção *in natura* de pescados, frutas e ervas medicinais típicos do local. No entanto, os preços devem ser justos para os compradores (hotéis, restaurantes, etc) e para as entidades ou pessoas que resolvem comprar seus produtos motivadas pelo reconhecimento de um produto local e diferenciado, o que também poderá ser feito através de site de compra na internet e demais redes sociais.

Baechler (1995, p. 58) define sociabilidade como “a capacidade humana de estabelecer redes, através das quais as unidades de atividades, individuais ou coletivas, fazem circular as informações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões, opiniões[...]”.

Segundo Mark Granovetter et al (1998, p. 219), as redes sociais podem ser definidas:

Como um conjunto de nós ou atores [pessoas ou organizações] ligadas por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois atores tem força e conteúdo. O conteúdo inclui informação, interesses compartilhados ou pertença e, tipicamente, algum nível de confiança. Assim definidas, as redes sociais designam os nós, laços ou vínculos, mais ou menos sólidos e exclusivos que cada ator social estabelece com outros atores, os quais estão também em relação com outros atores, e assim por diante. Dessa forma, ficam de fora das redes os contatos simples entre pessoas. Essa restrição tem um sentido prático na medida em que facilita a recolha de dados empíricos. Pois, se já é difícil recolher dados relativamente a um único indivíduo, pelo elevado número de laços que naturalmente estabelece, imaginemos o difícil que seria no emaranhado de vínculos criados entre um conjunto de indivíduos.

Várias comunidades praticam o TBC no Brasil e se articulam em redes de cooperação solidária como a Rede TURISOL (Rede Brasileira de Turismo Comunitário e Solidário), a Rede TUCUM (Rede Cearense de Turismo Comunitário) e a UNISOI-Brasil (inspirada na Rede de Turismo na Agricultura

Familiar – REDETRAF, na ANDA BRASIL e na economia solidária. Outras práticas em meio às iniciativas de TBC podem ser observadas, como o da Cooperativa de Turismo e Artesanato da Prainha do Canto Verde (COOPECANTUR), a Associação de Silves para a Preservação Ambiental e Cultural (ASPAC), a Associação de Agricultores Familiares da Acolhida da Colônia (na serra catarinense), a Cooperativa Mista dos Pais e Amigos da Casa Grande (COOPAGRAN, em Nova Olinda, CE) entre outras.

A organização social por meio das associações e cooperativas de prestadores de serviços não garante por si só que os benefícios do turismo circulem pela comunidade. Por isso, uma série de dispositivos e mecanismos foram desenvolvidos para assegurar que tais benefícios sejam distribuídos e contribuam para o bem-estar de todos nas comunidades. É através das relações sociais que as identidades coletivas regionais são criadas, vinculando as comunidades aos territórios físicos ou simbólicos, em função dos acontecimentos passados, presentes e futuros.

Como buscar uma independência e união mesmo diante das adversidades? Não existem soluções ou uma regra a ser seguida, é um desafio para o grupo e para o gestor, cada local possui suas particularidades. Porém, é possível criar e estimular novas formas associativas de produção envolvendo a população rural e urbana. Os indivíduos possuem seus valores internos, e a maioria possui caráter individualizado, por mais que busquem representar o coletivismo, o que se reflete na resistência dos empreendimentos associativistas a um trabalho de reeducação para o modo de vida cooperativo, deixando de lado o individual, internalizando o coletivo. O trabalhador precisa compreender e vivenciar os princípios da cooperativa, objetivando criar uma realidade plena e coletiva, passar de um trabalho alienado para um trabalho com autonomia e liberdade para quem produz.

Segundo Pinho (2004, p. 68), o cooperativismo precisa se fortalecer como um corpo sistêmico coeso, mas sem abdicar da defesa de seus valores de autenticidade (ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade), nem de seus valores éticos de honestidade, transparência, responsabilidade social e preocupação com os semelhantes. Complementa a autora que há “necessidade de se preparar os recursos humanos e as instituições

para um mundo que está substituindo o emprego de massa na produção e na comercialização de bens e serviços, pela economia do conhecimento”.

#### **1.4 Políticas Públicas de Apoio à Economia Solidária**

De acordo com Carvalho (1999, p. 268-289), a intervenção estatal deveria buscar atingir todo o conjunto de investimentos privados, criando um ambiente econômico seguro, no qual os agentes privados possam ser estimulados a fazer escolhas mais arriscadas, e não somente acumular ativos líquidos. A intervenção deveria ser planejada para impulsionar a demanda agregada, reduzindo assim as incertezas com relação ao futuro da economia.

Em função da concorrência, torna-se necessária a busca de lucros cada vez maiores, de forma a despertar o interesse dos capitalistas investirem em suas empresas, possibilitando a obtenção de melhores lucros. Como não é possível saber quanto os concorrentes investem, quanto reduzirão os custos, investem o máximo de seus recursos, ampliando o progresso tecnológico e a produtividade no capitalismo, reduzindo mão-de-obra e criando desemprego. Investir em tecnologias demanda recursos, possível aos capitalistas bem sucedidos, com os quais se concentram os capitais, e os que não possuem capital para investimento são excluídos do processo pela concorrência.

Mollo (1990, p. 91) afirma que não há dúvida de que a permanência do capitalismo depende da manutenção da lógica de reprodução do capital, e que o Estado, enquanto superestrutura, tenta preservar essa lógica de funcionamento. Entretanto, as contradições entre os interesses individuais dos capitalistas e o interesse do capital social como um todo fazem com que o Estado precise ser relativamente independente da classe dominante. Complementa Ramiro (2010) que:

O mercado é um elemento ajustador das diferenças regionais e as fronteiras correspondem a fricções que impedem o ajustamento rápido dessas desigualdades. Portanto, a eliminação de fronteiras e a diminuição do poder de interferência do Estado são vistas como facilitadoras dos mecanismos de convergência que estão postos pela livre ação do mercado. Mesmo quando existem elementos concentradores no curto prazo, no longo prazo a tendência é de convergência. A dinâmica monetária afeta a economia real e tende a acentuar as desigualdades dado que a restrição financeira limita o investimento e o crescimento das

regiões periféricas. O processo de crescente liberalização econômica leva necessariamente a um aumento das desigualdades entre ricos e pobres, porque o papel do Estado, reduzindo esses problemas não pode ser cumprido ou é realizado de forma precária

Por serem desprovidos de capital econômico, o setor informal das economias periféricas possui acentuada dificuldade na concessão de créditos, por necessitar de garantias de renda e comprovações físicas que não possuem, e quando conseguem pagam taxas elevadas, tornando-os vulneráveis às mudanças econômicas, o que também se reflete na redução dos multiplicadores monetários e direcionamento dos recursos para regiões mais desenvolvidas, aumentando as desigualdades regionais. Nesse caso, é fundamental a intervenção do Estado para romper os círculos viciosos que a operação do setor privado gera, ao invés de atenuar, acentuam as disparidades.

Analisando os resultados advindos do processo de liberalização econômica, constata-se que a taxa de crescimento econômico nos últimos anos diminuiu, o desemprego aumentou e as desigualdades entre ricos e pobres se acentuou. De acordo com Furtado (1974, p. 30), que acredita que a liberdade de mercado trouxe grande opulência material, e é fundamental para o desenvolvimento, embora não seja mais importante do que outros aspectos da liberdade como a liberdade política, as oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora, “o mais importante é que a ideia de desenvolvimento está no cerne da visão de mundo que prevalece em nossa época. Nela se funda o processo de invenção cultural que permite ver o homem como um agente transformador do mundo”.

Segundo Ramiro (2010), a partir dessa visão crítica da identidade entre crescimento e desenvolvimento e da constatação da necessidade de se elaborar um índice sintético como o PIB *per capita*, mas que medisse outros aspectos do desenvolvimento, é que foi desenvolvido o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O IDH criado no início da década de 1990 para o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), combina três componentes básicos do desenvolvimento humano. Além da renda medida pelo poder de compra da população, baseado no PIB *per capita* ajustado pela paridade do poder de compra (PPC), compõe o índice a longevidade, que também reflete, entre outras coisas, as condições de saúde da população, medida pela esperança de vida ao nascer e

a educação, medida por uma combinação da taxa de alfabetização de adultos e a taxa combinada de matrícula nos níveis de ensino fundamental, médio e superior (PNUD, 2008).

Conhecendo as dificuldades da dinâmica de mercado e visando a inclusão produtiva de um contingente cada vez maior de trabalhadores em condições vulneráveis, desempregados ou com ocupações precárias, resultou o surgimento de propostas de formas alternativas de desenvolvimento territorial endógeno, que envolvem o fomento a ações, como os arranjos produtivos locais (APL) e a economia solidária, entre outras (ZAPATA, 2007).

Segundo Ramiro (2010) , no Brasil, o processo de precarização e crise do trabalho resultou em dois movimentos específicos: de um lado, o aparecimento de um enorme excedente de mão-de-obra, decorrente da crise da dívida externa dos anos 1980 e, principalmente, devido à adoção, desde o final da década de 1980, de políticas neoliberais que levaram a um quadro de estagnação econômica, com baixo crescimento do PIB e grande aumento da taxa de desemprego. Por outro lado, houve o surgimento de diversos movimentos sociais críticos do processo de globalização da economia e da inserção passiva do país nesse processo. O país foi então se engajando na construção de alternativas de organização social e laboral. Nesse contexto, se desenvolveu a economia solidária no país.

As experiências baseadas nos princípios da economia solidária, apesar de serem relativamente novas, sem regulamentação própria, têm se mostrado como oportunidade frente à crise do mercado de trabalho, trazendo uma nova proposta, que foge dos aspectos mercantis, como o acesso à cidadania e relacionamento social de comunidades pobres. De um lado tem despertado o interesse pela pesquisa, que se desenvolve no campo das práticas sociais, e por outro, o interesse de pesquisas acadêmicas, tornando-se uma importante atividade de extensão universitária, através das incubadoras tecnológicas de cooperativas populares. Também surgem as políticas públicas de fomento, principalmente a partir da criação da SENAES/MTE, após experiências, principalmente municipais bem sucedidas no final da década de 90 e no início dos anos 2000.

A Universidade tem uma participação importante na configuração da ES, como geradoras e disseminadoras de tecnologia e conhecimentos, por meio de sua potencialidade em desenvolver conhecimentos e tecnologias apropriadas a esses empreendimentos, que tem se denominado tecnologia social, substituindo as tecnologias convencionais, que têm por objetivo geral maximizar o lucro privado, geram e são geradas pela concentração política. O capitalismo e alta tecnologia, estão somente nas mãos dos que detêm capital, sobrando para os menos favorecidos o que descartam esses grandes capitalistas, além disso, promovem processos produtivos ambientalmente insustentáveis, porque não consideram a degradação do meio ambiente como custo, e porque foram concebidas dentro de uma lógica atrelada ao consumismo, não se adequando à inclusão social.

De acordo com o Instituto de Tecnologia Social, (2004, p. 6), a tecnologia social é “um conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida”. Essa tecnologia deve ser competitiva, adaptada ao seu tamanho físico e financeiro, não discriminatória; liberadora do potencial e da criatividade do produtor direto; orientada para o mercado interno de massa; liberada da diferenciação entre patrão e empregado, pois só assim os empreendimentos autogestionários serão viabilizados economicamente e serão uma alternativa real de inclusão social para a população marginalizada (DAGNINO, 2004).

O que as ES também fazem como alternativa, atuam em ramos específicos, nichos que não necessitem de escala de produção para se viabilizarem, apoiando-se na diferenciação e na customização de produtos e serviços como estratégia de desenvolvimento local e comunitário. Mesmo em um modelo dominado pelos princípios solidários de organização, há necessidade de competição mercadológica. Singer (1998, p. 123) complementa que será importante que haja várias empresas competindo pelos consumidores em cada ramo de produção, dentro do setor, para que cada uma delas seja estimulada a melhorar a qualidade e baixar os custos. Singer (2002) enfatiza também a necessidade do Estado ser incentivador dos diferentes modelos de ES, mediante a disponibilização de linhas de crédito especiais e de medidas de

desenvolvimento tecnológico, assim como a prioridade de compra dos produtos e serviços das redes de ES, de acordo com as necessidades de abastecimento do Estado. Porém, essas estratégias devem ser praticadas de forma a garantir um processo de desenvolvimento e não dependência excessiva e acomodação.

As redes podem se beneficiar do apoio das academias, que podem capacitar e instrumentalizar essas iniciativas, garantindo-lhes níveis mais elevados de eficiência e eficácia, capazes de consolidar a sua efetivação. Um exemplo são as incubadoras da Universidade Federal do Paraná e da Universidade do Estado do Paraná. Organizar-se em rede parte do princípio de que a produção de forma isolada, em função da concorrência capitalista, é mais suscetível ao fracasso do que um trabalho conjunto, em que há uma interligação com movimentos de consumo e produção.

Singer (2002) defende um modelo de ES que se assemelha às redes de colaboração solidária, no que se refere aos valores centrais. Vê no apoio governamental um dos fatores essenciais para o desenvolvimento de qualquer iniciativa que almeje ser uma alternativa em larga escala inserido no modelo capitalista, devendo este ser capaz de evoluir a ponto de superá-lo, a necessidade de competição como forma de pressão para melhoria dos produtos, preços e eficiência, diferente do que defende Mance (1999) de que não há necessidade de apoio do governo para o desenvolvimento das redes, deve ser criada uma rede paralela a do modelo capitalista, não aceitando nenhum tipo de concorrência.

No ponto de vista de Singer (2002), a argumentação de Mance (2000) pode ser considerada como frágil por apoiar-se apenas na priorização do consumo solidário, mesmo os produtos sendo mais caros e de pior qualidade, pela necessidade do excedente de produção não absorvido pelas cooperativas da rede ser vendido no mercado capitalista protegido, o comodismo gerado pela escassez de inovação e atualização, que faz com que haja um afastamento da realidade fora da rede.

Arruda (2003) argumenta que as redes de Es se apoiam em um outro paradigma, “a lógica do capital é migrar para onde há mais capital e possibilidades de acumulação e de lucro, e não para onde há mais necessidades humanas a satisfazer”. É na busca de satisfazer necessidades e desejos que se

apoia a lógica desse modelo de sociedade, o que implica, é certo, num “trabalho cultural para fazer emergir uma solidariedade consciente”.

Ao tentar buscar alternativas diferenciadas e definidas, deve-se pensar nas várias possibilidades que podem ser criadas. O Estado é um agente poderoso, principalmente na fase inicial, de forma a planejar, organizar e capacitar o destino, porém, deve-se ter mente que não é fácil, sempre se terão os percalços a serem enfrentados, muitas vezes pela oposição.

Nos itens seguintes, apresentaremos as propostas que sintetizam as experiências das atividades integradas de produção econômica. Através de Associações e Cooperativas existentes em Foz do Iguaçu são apresentados e discutidos os desafios e as alternativas a questões relativas às políticas públicas e produção desse modelo de comercialização. Sem o fortalecimento e a articulação das políticas e instituições públicas de ES são bastante reduzidas as possibilidades de se construir em Foz do Iguaçu uma ES expressiva.

### **1.5 O Turismo e o Desenvolvimento Territorial**

O turismo é um importante instrumento de desenvolvimento territorial com base local. É evidente a necessidade de se trabalhar mais e melhor, objetivando uma integração e cooperação entre todos os atores envolvidos com a cadeia de valores do turismo, para aumentar a competitividade e responder mais eficazmente aos desafios que vão surgindo, assim como as novas tendências da atividade turística, como o surgimento da importância dos megaeventos, o esporte, a cultura, exposições, mostrando a capacidade para atrair os visitantes e posicionar os países acolhedores como destino de atrativo turístico. Da mesma forma, devem se posicionar as comunidades direcionadas ao desenvolvimento do turismo de base local.

O turismo mundial tem passado por importantes mudanças, dentre as quais o que foi ocorrido no século XX, que resultou nas formas conhecidas de turismo existentes hoje. Principalmente nas duas últimas décadas o cenário tem se modificado com maior velocidade, destacando-se as novas formas de turismo advindas na metade da década de 1990, que mudou as regras, tanto em sentido como em perspectivas, valorizando os recursos naturais, culturais e experiências

nos territórios, regidos por critérios do paradigma de sustentabilidade, e nos discursos referente ao turismo, satisfação de novas demandas, relacionados com reivindicações de prestígio social, conscientização das pessoas e difusão das políticas, marketing.

Se bem que no início do movimento conservacionista estava relacionado aos discursos que reivindicavam paisagem e montanha frente ao capitalismo, mas com a Segunda Guerra Mundial, estabelecem-se nos países ocidentais modelos de produção que materializam a superioridade da humanidade sobre a natureza com uma intensidade sem precedentes. Causas que deram lugar na modificação do sistema turístico, constituindo uma renovação do mesmo.

Devido à complexidade do fenômeno turístico e de múltiplas facetas, ao estudá-lo, percebe-se a existência de uma ampla variedade de abordagens realizadas, através de várias disciplinas como geografia, planejamento territorial, economia, política, sociologia, psicologia, administração, entre outras afins, buscando formas de agir e intervir na sociedade, almejando um melhor desenvolvimento.

Ao buscar teorizar e conceituar o turismo, é fundamental pautar-se em três componentes essenciais ao fenômeno, primeiramente o turista, razão de existência da atividade turística, seguida da motivação que leva o turista a deslocar-se do local de origem para o de consumo da atividade turística, e o retorno ao local de origem, sua volta ao cotidiano, momento em que já se efetivou o consumo da atividade turística. As três características se inter-relacionam de modo a efetivar a atividade turística.

Nos últimos anos, a evolução do turismo global foi de crescimento constante e a atividade tem se consolidado como um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico, segunda maior atividade do mundo em geração de divisas e empregos, atrás apenas da indústria do petróleo e derivados. Em 2007, 900 milhões de turistas circularam em todo o mundo, gerando uma receita cambial de aproximadamente 850 milhões de dólares. Em 2008, 922 milhões de turistas circularam pelo mundo, mesmo com a desaceleração ocorrida a partir do segundo semestre de 2008, em decorrência da crise econômica que atingiu o mundo. Há apenas três décadas, esse número não

ultrapassava 277 milhões. A evolução dos transportes, das telecomunicações e a globalização da economia foram grandes impulsionadores das viagens e fizeram o turismo se transformar em uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo, e um dos principais pilares do comércio internacional. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, em sua previsão para 2020, terá quase 1,6 bilhão de viajantes se movimentando pelo mundo, com um esperado aumento de faturamento (OMT, 2010).

De acordo com a OMT (2010), a renda total gerada pelo turismo internacional em 2008 alcançou US\$1,1 trilhão, correspondente a 30% de todas as exportações de serviços do mundo, o que ocasionou uma mudança expressiva nos roteiros de viagens, emergindo novas regiões, como a América do Sul, que tem demonstrado um crescimento de interesse cada vez maior de viajantes, que deverá quase dobrar seu número atual (20,8 milhões de turistas em 2008). Em 1950, apenas 3% dos turistas dirigiam-se para fora dos 15 principais países receptores (países da Europa, Estados Unidos, Canadá e México). Em 1990 esse índice chegou a 31%, e em 2008 alcançou 45% das chegadas de turistas internacionais.

Os determinantes do turismo internacional são os fatores que exercem influência significativa nos intercâmbios de serviços turísticos e na posição do país dentro da divisão internacional do turismo, e as dotações de fatores são o componente de base da produção de serviços turísticos. Elas correspondem aos fatores geralmente exigidos para o funcionamento do conjunto da economia e, também, aos fatores específicos do setor turístico, tais como os recursos naturais e culturais, podendo ser divididos em três categorias: recursos naturais, históricos, artísticos e culturais; recursos humanos, emprego qualificações, capital e recursos financeiros.

A teoria das dotações de fatores define as bases dos intercâmbios de fluxos turísticos internacionais entre os países. Os intercâmbios são determinados pelas diferenças de dotações de fatores entre os países. Cada país tende a se especializar na produção de bens ou serviços, incluindo os turísticos, para os quais ele dispõe de dotações de fatores abundantes em comparação com outros países. Nesse caso, esse país será capaz de produzir em melhores condições de competitividade e se tornar exportador de serviços turísticos.

A base para vencer os desafios e aproveitar as oportunidades é o planejamento, caminho a ser seguido com o intuito de garantir mais desenvolvimento para todas as regiões do país, gerando emprego e renda e dando a contribuição do turismo para a diminuição das desigualdades regionais. Olhar para o desenvolvimento do futuro do turismo no destino é uma das tarefas iniciais para estudar o posicionamento de Foz do Iguaçu e traçar as metas desejadas. Torna-se necessária a elaboração de um plano capaz de pesquisar a realidade do mercado global, o perfil do turista a ser conquistado, quais os países ou regiões que competem com o Brasil e quais suas estratégias de atuação para atingir seus mercados, permitindo um detalhamento de que produtos devem ser promovidos, de acordo com as características de cada mercado.

Os cenários apresentam situações estruturalmente diferentes, cujo objetivo consiste em monitorar a evolução das variáveis que conduzem o processo, que interagindo de forma dinâmica, podem nos dirigir de um cenário presente para um dos plausíveis cenários futuros. Esses cenários são narrativas sobre o futuro, consistentes e cuidadosamente estruturadas entre variáveis, com o propósito de orientar o planejamento (Mtur, 2010).

Nesse contexto, observa-se que embora a economia mundial tenha crescido após a 2ª Guerra Mundial e também com o advento da globalização a partir dos anos 1970, não houve diminuição da pobreza e das desigualdades sociais, caracterizado pela concentração de riquezas pessoal e regional, ao aumentar a concorrência e diminuir o poder de ação do Estado. Nesse período o turismo se tornou uma atividade econômica relevante no cenário mundial. Este estudo objetiva apresentar as relações entre turismo e as práticas do turismo de base local, com ênfase nos preceitos de economia solidária como modo de produção dos bens e serviços utilizados por turistas, sob a referência empírica do projeto de incubação de cooperativas populares na cadeia produtiva do turismo na região do Paraná, especificamente Foz do Iguaçu.

Ao mesmo tempo que o Brasil possui uma grande multidiversidade biológica, possui também uma grande multidiversidade sócio-cultural. Ao se deslocar para outro local que não o seu de origem, o turista geralmente busca um cenário diferente, inusitado, a comunidade do local visitado mostra sua cultura,

oferece seus atrativos, infraestrutura, hospitalidade, que no momento da compra pelo visitante, oportuniza geração de renda.

Uma alternativa que começa a ser implantada através da atividade turística para se fugir da dominação do capital é construir uma economia associativa e igualitária, seguindo os princípios da economia solidária, de forma que a comunidade inserida em locais turísticos seja sujeito coletivo, desde a produção até a venda de seu produto ao visitante, mas se percebe a grande dificuldade encontrada quando se busca reduzir a pobreza. Algumas iniciativas tem apoiado incubadoras de cooperativas populares, como é o exemplo da Coopertaxi, uma cooperativa de taxistas de Foz do Iguaçu, tendo em vista que é fundamental a participação de políticas públicas ativas que articulem as potencialidades locais e forneçam os elementos necessários para o desenvolvimento das alternativas populares de inserção produtiva.

Ao decidir-se por uma viagem ou destino turístico, são inúmeros os motivos existentes. De acordo com Urry (2001), quatro aspectos centrais contribuem na decisão: a expectativa de ruptura com o cotidiano, a forma de se vivenciar a experiência turística, a busca por status e a manipulação do olhar do turista, além do consumo turístico e o planejamento e promoção territorial. Complementa o autor que:

[...] o olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com o seu oposto, com formas não-turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta; quais são as formas de experiência não-turística (URRY, 2001, p.16).

O hábito de viajar remonta os primórdios da civilização. Na sociedade ocidental moderna, o turista é visto como um meio de consumo, mas de forma diferenciada, como signos que se inter-relacionam, formando um sistema complexo de significados e comunicações, no qual os indivíduos procuram afirmar suas identidades, distinguir-se socialmente, e através desses signos sociais que se associam às práticas materializados nos diferentes espaços e usos da paisagem, a busca pelo status e prestígio através do consumo turístico.

Com a disseminação do status de viajar, indiferente do estrato social a que pertence, o número de destinos turísticos tem aumentado, assim como das segmentações, com o intuito de oferecer opções às exigências das demandas,

que sentem necessidade de viajar pelas subjetividades e necessidades universais, correspondendo à busca pelo prazer e pelo status. Os destinos com imagens de marcas mais fortes e conceituadas geram maior impacto de atração aos turistas, no momento de sua escolha, o que denota possuir prosperidade de crescimento.

Segundo Urry (2001, p. 30), o turismo envolve, necessariamente, o devaneio e a expectativa de novas e diferentes experiências, que divergem daquelas normalmente encontradas na vida cotidiana. Tais devaneios não são autônomos, porém. Envolvem o trabalho com propaganda e outros conjuntos de signos gerados pela mídia, muitos dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social (URRY, 2001, p. 30).

O turismo tem uma importante contribuição no desenvolvimento econômico e social de países como os da América do Sul, especificamente o Brasil. Fatores como a criação de empregos diretos e indiretos, contribuição no PIB e na imagem do destino turístico. O ajuste da oferta às necessidades e preferência dos turistas, através da segmentação, estudo de imagem e posicionamento de destinos turísticos são algumas prioridades para tornar Foz do Iguaçu um destino mais competitivo, com maior eficácia e eficiência dos recursos de que dispõe.

## **1.6 Conceituando Turismo com base na Comunidade**

Neste item tentamos fazer uma síntese do conceito de duas modalidades de turismo consideradas relevantes para esse trabalho, o turismo de base comunitária e turismo rural.

O turismo compreendido como uma atividade econômica expressiva no mundo contemporâneo é indutor da produção espacial e passou a ser visto como política de desenvolvimento regional, capaz de contribuir com a diminuição da pobreza, por envolver os espaços naturais e produzidos pelo homem, assim como as pessoas, tanto as que viajam como as residentes nas comunidades visitadas. Compreender o turismo é buscar inteirar-se de sua dimensão maior e buscar encontrar soluções para os problemas encontrados nas comunidades receptoras como o desemprego, degradação ambiental, perda da identidade

cultural, dos padrões locais, buscando alternativas ao turismo globalizado. É o que será focado na sequência.

De acordo com Coriolano (2006, p. 201), “a comunidade é um grupo social residente em um pequeno espaço geográfico, cuja integração das pessoas entre si, e dessas com o lugar, cria uma identidade tão forte, que tanto os habitantes como o lugar se identificam como comunidade”. Assim, quando se fala de comunidade, fala-se ao mesmo tempo do povo e do lugar. As pessoas e os lugares são as bases necessárias ao desempenho das atividades cotidianas associativas, havendo uma solidariedade entre o grupo.

Para Coriolano (2006, p. 201), “o turismo comunitário é aquele em que as comunidades de forma associativa organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo”. Uma das primeiras ações é elaborar um pacto interno com todos os residentes em defesa de suas propriedades. Todos se comprometem com a preservação de suas terras, delas não se desfazendo, e aqueles que precisam de fato vendê-la submetem o negócio à apreciação da comunidade, que analisa quem é o comprador, verifica-se se ele pode ser um parceiro, e como pode ser feita a parceria.

Complementa a autora (2006, p. 202) que:

O turismo comunitário é realizado de forma integrada às demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca e o artesanato, dentre outras atividades. Prioriza a geração de trabalho para os residentes nas comunidades, os pequenos empreendimentos locais, a dinamização do capital local, a garantia da participação de todos, dando espaço também às mulheres e aos jovens. Assegura a participação das pessoas das comunidades com o planejamento descentralizado e associativo, luta pela regulamentação fundiária e pela garantia da posse da terra de populações indígenas, pesqueiras, as chamadas comunidades nativas. Busca a regulamentação das unidades de conservação, assim como a implantação de comitês da gestão ambiental nessas unidades e planos de manejo e de conservação compatíveis com o turismo.

Segundo Lopes dos Santos (2011, p. 119):

Há três elementos presentes na sociedade pós-moderna que reorientam o entendimento sobre o turismo enquanto fenômeno social: a globalização da economia, fenômeno que gera “ilhas de prosperidade”, mas também oportuniza o aumento da massa consumidora; a difusão da informação, ou seja, a disseminação em maior escala das experiências de viagem acerca de um produto, serviço ou destino turístico, o que antecipa e subsidia o

estabelecimento de (pré) conceitos acerca das experiências que serão vividas; e as estratégias complementares de massificação e segmentação, tanto da oferta quanto da demanda.

A integração desses três elementos convergem para o turismo comunitário enquanto modelo de desenvolvimento consistente à sociedade contemporânea, já que este tende a provocar maior relacionamento, envolvimento e aprendizagem acerca das singularidades locais, tanto em relação ao espaço quanto às pessoas que o habitam. Além disso, experiências orientadas para o relacionamento tendem a fugir do lugar comum do turismo de massa, propiciando (re)significações dos patrimônios material e imaterial. De modo complementar, pode-se afirmar que o turismo comunitário tende a ser mais dinâmico, uma vez que essas experiências, provavelmente mais autênticas, derivam da valorização dos elementos não estáticos (LOPES DOS SANTOS, 2011).

A atividade turística concretizou-se ao longo dos anos, como vetor de desenvolvimento econômico e social. Há cada vez mais pessoas viajando, uma quantidade maior de destinos surgem como opção de compra, exigindo maior disponibilidade de equipamentos e serviços. A atividade tornou-se também um meio de viabilização de projetos de conservação e preservação do patrimônio histórico, artístico, natural e cultural. A medida que um número maior de pessoas utiliza serviços turísticos, o segmento consolida-se e amadurece, alcançando índices de qualidade, produtividade e eficiência comparáveis a outros setores da economia.

Surgiram novas formas de experimentar as localidades e de ter contato com as comunidades ali residentes, tem apresentado crescimento uma forma de turismo alternativo que foge das destinações homogeneizadas. É chamado alternativo em virtude de ser uma nova opção em relação ao turismo de massa ou convencional.

O turismo comunitário é uma estratégia para as pessoas de menor condição financeira, e que não estão no mercado de trabalho, se inserirem na cadeia produtiva do turismo, de forma a valorizarem o lugar, a conservação ambiental e a cultura. Na visão de Ribeiro (2009, p. 108) o turismo comunitário é entendido como:

Uma forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão dos recursos patrimoniais comunitários, como o arranjo das práticas democráticas e

solidárias no trabalho, e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação de serviços turísticos, com vista a fomentar encontros interculturais de qualidade com os visitantes. Os turistas começam com uma nova forma de relação ou de interação com as realidades tão distantes da sua, favorecendo o que se pode chamar de experiências autênticas. Além disso, há o intercâmbio de pessoas, a interação com o trabalho das comunidades e outras atividades da vida cotidiana.

O espaço geográfico é um produto social construído através de conflitos, resistências e contradições, que resulta no desenvolvimento da atividade. Rodrigues (2006, p. 302) pontua que nas localidades turísticas:

Há que desvendar que mecanismos culturais e simbólicos se exercem sobre a população anfitriã, a partir do contato com os visitantes, que vai produzir consequências inenarráveis em nível das representações sociais, pois a viagem e o conhecimento do novo através do outro [...] também se dá entre a população local.

A noção e percepção do tempo e do espaço vem transformando-se ao longo dos anos, em função da evolução das tecnologias de informação e comunicação. A facilidade para se comunicar, assim como para se deslocar para os mais distantes territórios em função da redução dos custos e das tecnologias aplicadas faz com que também se mude a percepção do espaço que as comunidades compartilham na cadeia produtiva do turismo. A quantidade de informações hoje obtidas através das diversas formas de divulgação e das redes sociais, como orkut, facebook, twitter, entre outras, somado às expectativas da viagem, faz com que antes da viagem o turista projete através da imaginação a experiência que será vivida.

O que demonstra ser cada vez mais importante a forma que o destino investe e se posiciona no desenvolvimento da atividade turística, desde os recursos financeiros, recursos humanos, tempo destinado na gestão dos produtos e serviços. A essência da hospitalidade empregna esse tipo de receptividade, em que o turista se sente como integrante da localidade, confortável em um ambiente que não é o seu, despertando o interesse em retornar, vivenciar novamente a experiência adquirida.

Esse tipo de segmento foge do turismo de massa, torna-se mais dinâmico e apresenta novos valores e significações ao patrimônio material e imaterial, proporcionando interação com a comunidade local, aquisição de conhecimentos, despertando significados diferentes em um mesmo território. No

momento em que for construir o território para a prática da atividade turística é fundamental a participação da comunidade local, desde o planejamento e ordenação territorial à operacionalização e ganhos provenientes da atividade.

Nesse contexto, a atuação profissional no setor de turismo ganha complexidade num mundo que se modifica constantemente e tende a transformar os tradicionais serviços turísticos em um arranjo de experiências culturais.

Cada período de mudança da sociedade provoca transformações no turismo e, conseqüentemente, alterações nas atividades a ela relacionadas. O turista não quer mais ser um expectador passivo em sua viagem, ele quer vivenciar sensações. Passa a colecionar experiências e não somente comprar os serviços. Os produtos e serviços devem buscar atender às expectativas do imaginário de cada um através de suas sensações.

Smith (2011) em sua obra *Marketing Experimental* aborda que os turistas incorporaram a característica da sua emoção em suas demandas, e que a experiência tem sido muito valorizada no consumo em geral, os clientes superaram a característica da racionalidade para estabelecer o valor de compra do produto. As estratégias experienciais por ele exemplificadas aplica-se, também, à prática do turismo. Divide-as em cinco módulos:

- Experiência da percepção: ao produto é agregado atratividade que mexe com o sentido dos indivíduos, em que as experiências sensoriais são criadas através da visão, audição, tato, paladar e olfato. Como exemplo as cidades de Foz do Iguaçu, que já implantou a campanha cinco sentidos, e São Paulo, que atualmente trabalha o marketing nessa perspectiva, com o projeto São Paulo das Sensações, com a apresentação de um mapa com indicação, por 2,5 mil pessoas de pontos da cidade que remetem a sensações relacionadas a um dos cinco sentidos. Os turistas passam a colecionar experiências e não somente comprar serviços.
- Experiência sensação: envolve estados de espírito, a emoção e outros sentimentos pessoais do consumidor, com o objetivo de criar experiências afetivas que variam de médio humor positivo a escalas mais altas. Buscam-se novas experiências, emoções, e ao mesmo tempo a sensação de se sentir em casa.

- Experiência do pensamento: apela ao raciocínio pela surpresa e pela provocação, conduzindo o turista a um desafio intelectual, com o objetivo de criar experiências cognitivas e de resolver problemas que envolvam o consumidor de forma criativa.
- Experiência da ação: está relacionada a comportamentos e estilos de vida. Enriquece a vida do turista, melhorando suas experiências físicas e seus inter-relacionamentos, mostrando-lhe alternativas para fazer coisas, como exemplo, o turismo de aventura.
- Experiência do relacionamento: procura a identificação do produto com o cliente, a partir de sentimentos individuais, pessoais e privativos, aumentando as experiências pessoais, relacionando o indivíduo consigo mesmo e com outras pessoas e culturas. Através do turismo pode ser agregado informações e vivências que mudem o status de cultura original de modo personalizado.

O profissional de turismo deve estar preparado para atender a essa nova demanda, para compreender que o foco de sua ação é o viajante, sua necessidade e expectativa, que deve ser um consultor de experiências, compreendendo a dimensão do turismo. É necessário criar relações de reciprocidade, em que o viajante é visto como pessoa que participa, que tem imaginação e expectativas, que deseja uma relação de prazer inteligente com sua experiência de viagem. Nenhuma viagem é possível sem que os aspectos físicos de planejamento de um roteiro turístico sejam do pleno domínio do atendente. É preciso estabelecer uma relação de confiança, competência e respeitabilidade no serviço prestado.

A lógica da reciprocidade vem se tornando determinante na experiência de viagem para um número crescente de pessoas em todo o mundo. As pessoas querem conhecer mais, envolver-se mais, além do que a tecnologia da informação tornou a viagem mais fácil, mais segura e previsível, possibilitando a comunicação instantânea com seu local de origem.

O destino que queira se posicionar no mercado deve estar atento às percepções e emoções vivenciadas pelo turista durante sua estada, pois quando se propõe a viajar, na maioria das vezes, dispõe-se a viver experiências

gratificantes, que para cada turista tem um significado diferente, de forma subjetiva e individual.

Experiência turística pode ser definida como fazer algo diferente da rotina habitual, que remete ao contato direto com espaços, lugares e paisagens. Quanto maior for o impacto, mais tempo ficará na memória. O turista busca a autenticidade e o significado das coisas, remetendo a busca de alternativas para o turismo de massa. Construção subjetiva relacionada com a autenticidade do destino turístico. Os sentimentos e as emoções próprias de uma experiência turística começam muito antes de ela se concretizar. As expectativas geradas serão essenciais no momento de avaliar a experiência. Desejo de quebrar a monotonia da vida cotidiana.

A viagem começa na imaginação, através da descoberta do território a ser visitado. As pessoas compram sentimentos, emoções, história, e ao saírem da zona de conforto do dia a dia, envolvem-se em uma aventura, independente do motivo da viagem, pelo fato de possuírem comportamentos distintos quando estão em viagem. Os profissionais envolvidos com o desenvolvimento da atividade turística devem buscar despertar a sensibilidade do turista, assim como a sensibilidade da comunidade anfitriã, para propor uma oferta turística condizente com os desejos do consumidor. Quando a comunidade anfitriã percebe o interesse dos turistas pelo seu território, ambiente e cultura local, motivam-se cada vez mais a preservar a herança cultural, através da qual pode-se obter benefícios.

Nesse contexto, busca-se entender os reflexos da nova dinâmica dos mercados sobre as propriedades rurais de Foz do Iguaçu e região e as estratégias utilizadas para a inserção e permanência na atividade turística. Visando explorar os novos nichos de mercado para esse público dentro dos sistemas alternativos, centraliza-se a discussão das formas autônomas desenvolvidas pela comunidade local, sendo valorizados os atributos territoriais e culturais.

A busca por mercados alternativos e a conseqüente valorização desses produtos oferecem uma oportunidade para muitas famílias se inserirem na agricultura familiar, em muitos casos, sendo a base para o desenvolvimento econômico dessas propriedades, através do usufruto de novos padrões de

qualidade, associado aos valores ambientais e culturais, figurando a construção social dos novos mercados para a agricultura familiar de forma inovadora, sustentável e competitiva. A Globalização, paradoxalmente, tem sustentado que o local e o global existam e se inter-relacionem frente ao desenvolvimento de uma economia que busca a competitividade e qualidade.

Em virtude da possibilidade de desenvolvimento econômico proveniente da atividade turística, várias propriedades rurais se unem, formatando circuitos e rotas turísticas baseadas nas condições naturais das regiões, na gastronomia típica e diversas manifestações culturais, apresentando os modelos tradicionais e artesanais da agricultura familiar como produto turístico.

Com esse estímulo à prática rural, há uma mudança na visão do empreendedor rural, que passa a considerar as atividades não-agrícolas como fatores relevantes para o aumento de geração de renda. Para auxiliar essa conjuntura entre a agricultura familiar e turismo rural, o poder público tem apoiado iniciativas voltadas ao desenvolvimento local. Como exemplo, o Ministério de Desenvolvimento Agrário criou através do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), o Pronaf Turismo Rural, uma linha de crédito especial para implementação de projetos em propriedades familiares. Outra ação foi a criação da Rede TRAF (Turismo Rural na Agricultura Familiar), um grupo de articulação nacional envolvendo mais de 100 instituições, com o apoio do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura e o Ministério da Agricultura. Outras iniciativas têm sido tomadas por governos locais e instituições, que tem se associado aos sindicatos de trabalhadores rurais, com o intuito de ajudar as propriedades rurais.

Os produtores rurais também se beneficiam com a venda direta de seus produtos artesanais, que possuem alto valor agregado em relação à qualidade nutricional, por serem isentos de agrotóxicos e pelo cuidado na preparação de doces, compotas, bolachas, entre outros, criando um diferencial marcante e estabelecendo um promissor nicho de mercado. Muitas dessas produções, acontecem através de cooperativas.

Uma maneira de comercializar os produtos é a criação de eventos socioculturais que divulgam e valorizam a produção local. No município de Foz do Iguaçu, quinzenalmente, realiza-se, nas quintas-feiras, uma feira de produtos da

agricultura familiar, e aos domingos, realiza-se a tradicional Feira de Artesanato e Produtos Típicos. É uma iniciativa em que as estratégias de turismo rural estão sendo desenvolvidas em parceria com a agricultura familiar.

### **1.7 Turismo de Base Comunitária no mundo, América Latina e Brasil**

Neste item, serão apresentadas algumas referências de trabalhos de estudiosos, que têm estudado esse fenômeno e seus impactos. A abordagem teórica será realizada partindo de uma visão macro, contextualizando o TBC no mundo, através de vários autores estrangeiros que têm estudado o impacto do turismo nas comunidades receptoras e os benefícios que traz, suprindo as necessidades das comunidades onde se faz presente, trazendo as discussões da América Latina e, por fim, os enfoques e experiências em comunidades brasileiras apresentado pelos autores que têm se voltado à terminologia adotada pelo Mtur, TBC.

Com o propósito de discussões sobre a redução da pobreza nos países do sul do mundo, a atividade turística, organismos internacionais como as Nações Unidas, com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e da Organização Mundial do Turismo (OMT), promovem ações de fomento ao TBC, principalmente em países como a Ásia, África, América Latina e Caribe. Para isso, tem promovido encontros envolvendo países e pessoas mais desenvolvidas economicamente e comunidades de países mais pobres em atividades de turismo com caráter responsável, visando criar uma aproximação e vínculos de solidariedade entre as pessoas ao se depararem com as experiências cotidianas do seu próximo.

A OMT, consciente da importância do turismo para a geração de recursos e empregos no mundo, e visando contribuir com o esforço global de alívio da pobreza estabelecido pelas Nações Unidas, como um dos principais objetivos do milênio, lançou o Programa de Turismo Sustentável e Eliminação da Pobreza (Sustainable Tourism – Eliminating Poverty ou simplesmente STEP) durante a Conferência das Nações Unidas para Desenvolvimento Sustentável, a Rio +10, realizada em Johannesburgo, em 2002 (WTO, s/d).

Esse programa (STEP) promoveu vários seminários em países da África, Ásia e América Latina, objetivando sensibilizar os governos regionais para a adoção de ações que visem a redução da pobreza, o que culminou em várias publicações da entidade sobre o tema (WTO, 2002, 2004, 2005 e 2006). Paralelamente, a OMT capitaneou um movimento de captação de recursos para financiar projetos em países menos desenvolvidos. Foram selecionados 51 projetos: 24 na África, 16 nas Américas, 10 na Ásia e Pacífico e um na Europa, sendo que mais da metade destes estão diretamente focados no fomento às iniciativas de TBC (BURSZTYN, 2012).

Outras entidades com grande concentração na Europa têm atuado junto a países da Ásia e da África, com o objetivo de beneficiar as comunidades, através dos recursos provenientes da atividade turística, como é o caso de Organizações como SNV (Holanda), IUCN, a Ong internacional Fundo Mundial para a Vida Selvagem (WWF), entre outras. Importante destacar que a WWF, dentro de seu campo de atuação, conservação do meio ambiente, introduz o conceito de turismo responsável, considerando que o turismo contribua para a conservação da biodiversidade e o bem-estar das comunidades. O conceito de “ecoturismo comunitário” foi apresentado na publicação intitulada “Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Comunitário” de 2001, na qual se define que o termo “ecoturismo comunitário” leva a dimensão social mais além. Posteriormente, o WWF também cunharia o conceito “ecoturismo de base comunitária”, dado no “Manual do Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável”, de 2003, no qual explica a proposição de um Turismo realizado em áreas naturais, determinado e controlado pelas comunidades, que gera benefícios predominantemente para estas e para as áreas relevantes para a conservação da biodiversidade (MITRAUD, 2003, p. 23).

O WWF chama a atenção para o controle da comunidade local sobre a atividade turística, numa abordagem que visa à conservação ambiental. Por sua vez, Peter Murphy (1985), em sua clássica obra “Tourism: a community approach”, enfatizava na década 1980 a necessidade de centrar o turismo em função das pessoas que residem nos lugares onde se dá a atividade, focando-se em métodos de planejamento de sistemas.

Murphy (1985) coloca que os problemas provenientes do turismo poderiam ser resolvidos através da aproximação com a comunidade, ao juntar preocupações econômicas com considerações ambientais e sociais.

Jost Krippendorf (1989) argumenta que a atividade turística se desenvolve em função dos turistas e dos empreendimentos turísticos, ficando as comunidades anfitriãs alheias ao processo, no entanto, a voz do viajado não era ouvida, existiam barreiras entre o contato com o turista e o receptor.

Nesse sentido, a australiana Sue Beeton (2006, p. 1) enfatiza que até o início do turismo de massas, ocorria intensa conexão com as comunidades, o que se interrompeu com o afastamento dos turistas e comunidades locais. O turismo é a opção para o desenvolvimento dessas comunidades, através do planejamento comunitário.

O pensamento de Moscardo (2008) assemelha-se ao de Murphy, foca no turismo como uma “ferramenta” para o desenvolvimento, no uso do conhecimento para melhorar o planejamento e desenvolvimento, levando melhores resultados para a comunidade anfitriã. Afirma que a opção de não desenvolver o turismo não é dada às comunidades, ficando o enfoque na decisão de como desenvolvê-lo, e que o processo não tem sido integrado com processos formais de planejamento turístico, dentre outras críticas.

Segundo (Bursztyn, 2012), um dos principais centros de pesquisa do mundo, no que se refere ao TBC, é o International Centre for Responsible Tourism (ICRT), da Leeds Metropolitan University (Inglaterra). Coordenados pelos professores e pesquisadores Harold Goodwin e Xavier Font, o ICRT vem desenvolvendo pesquisas de avaliação de impacto e monitoramento de muitas iniciativas de TBC em todo o mundo. Também presta consultoria a muitas instituições internacionais e a governos em projetos de desenvolvimento turístico. Sua principal ação nos últimos anos foi a promoção do projeto Pro-Poor Tourism (em uma livre tradução “turismo em benefício dos pobres”), com – os também ingleses – o International Institute for Environment and Development (IIED) e o Overseas Development Institute (ODI).

Os autores Goodwin e Santilli, em um importante trabalho publicado em 2009, questionaram o sucesso do TBC na promoção do desenvolvimento local. Com o apoio da Agência Alemã de Desenvolvimento (GTZ), analisaram 28

iniciativas de TBC em todo o mundo, identificadas como bem-sucedidas por especialistas, segundo critérios como: melhora da qualidade de vida, conservação ambiental, capital social e empoderamento, viabilidade comercial, benefícios coletivos, educação e desenvolvimento econômico local. Suas conclusões apresentam importantes considerações com destaque para a falta de clareza sobre o conceito de TBC, a falta de transparência na divulgação dos resultados, a falta de acesso ao mercado e a alta dependência de financiamento externo (GOODWIN & SANTILLI, 2009). Como veremos adiante, algumas dessas lições foram incorporadas nas iniciativas de TBC na América Latina, inclusive no Brasil.

As iniciativas de TBC na América Latina são relativamente recentes, datam de meados da década de 1980 e, atualmente, estão concentradas em praticamente todos os países que têm como ícones as comunidades rurais de origem indígena, com manifestações culturais e cênicas únicas através das fortes tradições pré-colombianas, localizadas na região dos Andes e América Central.

Justifica-se essa abertura ao TBC pelo fato de o turismo ser apontado por ONGs ambientalistas como alternativa econômica para a preservação de recursos naturais, o que induziu as comunidades a receberem visitantes em busca de experiências culturais e naturais autênticas locais, da diversidade de rituais, celebrações e festividades civis e religiosas, bem como no comércio tradicional realizado em feiras agrícolas, artesanais, gastronômicas e medicinais. Sua expressividade e seu colorido são produto do sincretismo pré-hispânico, colonial e republicano.

Outro fator é a oportunidade de superação da alta pobreza existente na América Latina, concentrada nas populações rurais de origem indígena, na valorização cultural e ambiental que existe nas comunidades, também associada às estratégias políticas dos movimentos indígenas e dos povos rurais em preservar seus territórios ancestrais, que são a base de seu patrimônio cultural. Também considera a importância das micro e pequenas empresas na sustentação do desenvolvimento local. Oportunidade de desenvolvimento através da atividade turística, dos recursos naturais e culturais, em comunidades que durante as décadas de 1980 e 1990 tiveram muitos planos de desenvolvimento postos em prática por governos de países latino-americanos voltados à extração

do petróleo, minério, recursos florestais e a exploração agrícola e pecuária (MALDONADO, 2009).

De acordo com Mendonça (2010), os princípios e valores que sustentam a atividade turística nessas comunidades acompanham sua visão de mundo, em que a busca pela harmonia entre o homem e a natureza é um elemento central. O conceito de desenvolvimento sustentável, hoje referência paradigmática para a manutenção da vida em nosso planeta, compartilha dessa visão de mundo e busca disseminar essa filosofia de vida. Esses princípios e valores estão expressos na Declaração de San José sobre Turismo Rural Comunitário, documento assinado por representantes de comunidades da Bolívia, Brasil, Costa Rica, Equador, Guatemala e Peru, na ocasião do Encontro Latino-Americano de Turismo Comunitário realizado na Costa Rica, em 2003, pela Rede de Turismo Comunitário da América Latina (REDTURS), e promovido pela Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Mesmo tendo uma grande dedicação à atividade de turismo rural comunitário, não contempla o desenvolvimento esperado, em função de alguns entraves como forte carência em termos de infraestrutura básica, de qualidade dos produtos e serviços ofertados, de capacidade de coordenação e cooperação entre as iniciativas e, principalmente, de acesso ao mercado. A questão da comercialização, divulgação e promoção do turismo comunitário, enquanto movimento social, bem como das experiências que o promovem, configura-se como crucial para o sucesso dessas iniciativas.

No Brasil ainda é recente os movimentos sobre TBC, os estudos e pesquisas dedicados ao tema começaram a ser discutidos a partir de 1997, na primeira edição do Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), e até os dias de hoje este se configurou como um importante fórum de debates baseado, principalmente, nas pesquisas empíricas ali apresentadas.

Destaque para as autoras Adyr Balastreri Rodrigues (2003), que sob a ótica da Geografia denomina turismo de base local, com foco no desenvolvimento local e a escala geográfica do local, beneficiando as pessoas que vivem no território, diferenciando do foco na comunidade, e Luzia Neide Coriolano, também sob a ótica da geografia, em sua diversas obras (2009, 2007, 2006, 2005, 2003, 1998) se refere ao tema como turismo comunitário, considerando que após suas

várias pesquisas em comunidades de pescadores no litoral do Ceará, percebe a resistência das comunidades ao turismo globalizado e têm utilizado o turismo, adaptado às suas condições, para se inserirem no mercado e obter ganhos para sua sobrevivência através de um arranjo produtivo local organizado nos termos da economia solidária, ou seja, pela constituição de movimentos sociais organizados em cooperativas, Ongs ou associações, em contraponto a resistência ambiental e fundiária.

A partir de então, outras discussões apareceram sobre o fortalecimento dessa atividade, envolvendo além de pesquisadores, representantes dos movimentos sociais e ONGs. Por iniciativa do Mtur, através de um projeto de fortalecimento das ações do TBC para inserção no mercado, em parceria com o Instituto Casa Brasil de Cultura (ICBC), participou por meio da concepção e realização da Mostra de Turismo de Base Comunitária em importantes eventos nacionais de turismo.

Acompanhando essa tendência, o Ministério do Turismo (Mtur) lançou em 2008 o Edital de Chamada Pública nº 1/2008, visando apoiar projetos de turismo de base comunitária em todo o país. Tal ação foi fruto da visão dos gestores mais ligados à dimensão social, a partir de 2003, mas também de uma pressão por parte das instituições (como Ongs e associações comunitárias), que na época empreendiam iniciativas de turismo de base comunitária, por maior atenção da política pública de turismo. Inédita até então, essa ação rompeu com a prática de apoio pontual a projetos de TBC, fazendo com que a política nacional de turismo passasse a estreitar mais os laços com as preocupações de ordem social ao invés das de ordem tão somente econômica.

Alguns projetos no Brasil têm se destacado, tornando-se referência por suas iniciativas de caráter social e possibilidades de contato direto com as populações locais, como a Prainha do Canto Verde (Beberibe, CE), Pousada Aldeia dos Lagos (Silves, AM), comunidades ribeirinhas da Floresta Nacional Tapajós e da Reserva Extrativista Tapajós-Arapiuns (Santarém, PA), Fundação Casa Grande (Nova Olinda, CE), Acolhida da Colônia (na região serrana de Santa Catarina), comunidades caiçaras e o quilombo do Campinho (Paraty, RJ), entre outros.

Importante nesse contexto entender e conhecer os princípios elaborados por comunidades que praticam o TBC no Brasil e se articulam em redes de cooperação solidária como a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL), a Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM) e a UNISOL – Brasil. Os princípios são complementares e contemplam a sustentabilidade econômica, social, política, econômica e ambiental. A TURISOL apresenta onze princípios norteadores de suas atividades, sendo eles:

1. Produto turístico ou atração turística é o modo de vida.
2. Turismo é instrumento para o fortalecimento comunitário e associativo.
3. Participação: a comunidade é proprietária, gestora, empreendedora dos empreendimentos turísticos.
4. O turismo é uma atividade complementar a outras atividades econômicas já praticadas.
5. Distribuição justa do dinheiro e transparência no uso dos recursos.
6. Valorização cultural e afirmação da identidade.
7. Relação de parceria e troca entre o turista e a comunidade.
8. Questão fundiária: o turismo auxilia na luta pela posse da terra pela comunidade.
9. Conservação e sustentabilidade ambiental.
10. Cadeia de valor focada no desenvolvimento das comunidades: todos os elos da cadeia contribuem.
11. Organização e normatização.

Os onze princípios da Rede TURISOL estão disponíveis em:  
<http://www.turisol.org.br>

A TUCUM propõe oito princípios, a saber:

1. As atividades de turismo são desenvolvidas por grupos organizados, e os projetos são coletivos, de base familiar.
2. O turismo se integra à dinâmica produtiva local, sem substituir as atividades econômicas tradicionais.
3. O planejamento e a gestão das atividades são de responsabilidade da organização comunitária local.
4. O turismo comunitário baseia-se na ética e na solidariedade para estabelecer as relações comerciais e de intercâmbio entre a comunidade e os visitantes.

5. O turismo comunitário promove a geração e a distribuição equitativa da renda na comunidade.
6. O turismo comunitário fundamenta-se na diversidade de culturas e tradições, promovendo a valorização da produção, da cultura e das identidades locais.
7. O turismo comunitário promove o relacionamento direto e constante entre grupos que também desenvolvem a experiência de um turismo diferente, estabelecendo relações de cooperação e parceria entre si.
8. O turismo comunitário fundamenta-se na construção de uma relação entre sociedade, cultura e natureza, que busque a sustentabilidade socioambiental.

Os oito princípios da Rede TUCUM estão disponíveis em: <http://www.tucum.org>.

O Setorial de Turismo da UNISOL (inspirada na Rede de Turismo na Agricultura Familiar - REDETRAF, na ANDA BRASIL e na economia solidária) propõe os seguintes princípios:

1. Turismo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente solidário;
2. Oferecer produtos e serviços locais;
3. Valorizar e resgatar o patrimônio material e imaterial;
4. Incentivar a diversificação da produção com qualidade e comercialização direta;
5. Ser uma atividade complementar às atividades existentes;
6. Proporcionar a convivência harmônica entre os visitantes e a comunidade;
7. Fortalecer o desenvolvimento sustentável da economia solidária;
8. Ser desenvolvido de forma coletiva e organizada no território.

Fonte: Relatório 3º Congresso Nacional da Unisol Brasil.

Tendo como referência os princípios elencados, apresenta-se uma discussão sobre a relação do TBC com o compromisso com o sítio simbólico e o desenvolvimento situado; os movimentos sociais e o protagonismo dos atores locais; a hospitalidade; os benefícios econômicos na perspectiva solidária; a questão ambiental; a revalorização cultural; as redes sociais e, por fim, as políticas públicas. Desse modo, pretendemos delimitar um campo conceitual capaz de dialogar com as atividades hoje em curso.

Nesse contexto, Amartya Sen (2002) defende que o desenvolvimento deve ser visto como um processo de expansão das liberdades, numa perspectiva que ultrapassa os horizontes do economicismo. A liberdade individual é um compromisso social que inclui o direito universal ao acesso à educação, saúde,

habitação e saneamento que seus membros desfrutam, que limitam escolhas e oportunidades pessoais e comunitárias.

Expandir as liberdades que temos, torna nossa vida mais rica e mais desimpedida, mas também permite que sejamos seres sociais mais completos, pondo em prática nossas volições, interagindo com o mundo em que vivemos e influenciando esse mundo (SEN, 2002, p.29).

O que vem de encontro à teoria apresentada por Zaoual (2003 e 2006,) que utiliza o termo “sítios simbólicos de pertencimento”, percebe a existência de processos situados de desenvolvimento, cuja racionalidade é “uma construção social transformável que se ajusta continuamente aos dados do lugar, da situação, em sua dinâmica”, baseado em recursos naturais encontrados no sítio e no protagonismo das comunidades locais. Para Zaoual (2003 e 2006), o *homo situs* é o homem concreto em seu espaço vivido, seu sítio simbólico de pertencimento, uma comunidade de sentido que congrega crenças, mitos, valores, experiências, conhecimentos empíricos e/ou teóricos, e o saber fazer, técnicas de ação em seu próprio contexto. Complementa o autor:

Os sítios impregnam o conjunto das dimensões dos territórios de vida: a relação ao tempo, à natureza, ao espaço, ao habitat, à arquitetura, ao vestuário, às técnicas, ao saber-fazer, ao dinheiro, ao empreendedorismo etc. Antes de se materializar nos feitos e gestos dos atores ou em qualquer outra materialidade visível a olho nu, os sítios são entidades imateriais fornecedoras de balizamentos para os indivíduos e suas organizações sociais (ZAOUAL, 2006, p.21).

O desenvolvimento situado se caracteriza, portanto, pela participação dos cidadãos como atores e sujeitos do processo. Ao buscar o desenvolvimento da região através da atividade turística, é necessário focar em modelos como o que Zaoual propõe, um desenvolvimento situado, que enfatiza a dimensão simbólica dos padores relacionais até chegar a pluralidade, e que seja caracterizado pela participação do cidadão como autor e sujeito do processo, buscando o bem-estar e a geração de benefícios para a comunidade local.

Portuguez (2002) foca na perspectiva do turismo como parte de um processo de desenvolvimento socioespecial local, o autor explica esse conceito como um processo de aprimoramento gradativo ou através de bruscas rupturas das condições gerais de viver em sociedade em nome de mais felicidade individual e coletiva. Para ele, a autonomia é um princípio ético e político que,

apesar de não definir um conceito de desenvolvimento, propicia uma base de respeito ao direito de cada coletividade de estabelecer o conteúdo concreto e sempre mutável do desenvolvimento: as prioridades, os meios, as estratégias.

Rodriguez (2009) em sua obra intitulada “Economia Solidária e Turismo: uma avaliação da experiência de incubação de cooperativas populares na cadeia produtiva do turismo na Região Nordeste do Brasil”, defende a ideia de que em comunidades pobres, atrativos de beleza natural podem ser a saída para o alívio da pobreza, une as teorias do desenvolvimento local e as de economia solidária para propor que o turismo auxilie no tratamento da pobreza.

Cruz (2009, p. 104), também sob o viés da geografia, adota uma postura crítica do desenvolvimento local, em que comunidades assumem o comando do desenvolvimento do turismo em seus territórios, afirmando que o mesmo é expressão da teoria do desenvolvimento desigual e combinado.

Marta Irving (2009, 2003) defende as teorias do desenvolvimento local, gestão participativa e protagonismo social, mas o que diferencia sua análise é o seu entendimento de “comunidade”. A autora coloca que a dimensão comunitária é, em essência, uma dimensão de coletividade, oportunidade de experiência compartilhada e não uma estratificação de classe social.

Sampaio (2005, 2010) defende a teoria da socioeconômica e da gestão organizacional de seu entorno comunitário, como meio de promover um novo sistema de valores, centrados na justiça social e no bem-estar da comunidade. O turismo é causa efeito de uma dinâmica humana, incubando novos modos de agir, concomitantemente, quando modos de agir tradicionais estão desaparecendo. O autor acredita na possibilidade de um mercado mais solidário, no sentido de trocas mais justas entre vendedor e comprador, incorporando trocas compensatórias.

Singer (2009), foca na economia solidária. Para o autor:

A vinculação do TBC aos princípios da economia solidária ajuda a entender tal postura frente ao mercado. Os empreendimentos turísticos de base comunitária, embora voltados para o mercado, buscam constituir uma economia turística de base associativa e igualitária, na qual a população envolvida é sujeito ativo da produção dos serviços e bens ofertados aos visitantes (SINGER, 2009).

Os autores Hill, Nel e Trotter (2006, p. 165), compartilham com a visão de Coriolano, que utiliza o termo turismo comunitário com foco na comunidade e na geração de renda para os pobres, enfatizam que o foco da política pública dever ser os mais pobres, pois o foco na comunidade não garante que os pobres sejam os beneficiados.

Os autores canadenses Parent, Klein e Jolin (2009) compartilham com a visão de Rodrigues de que o turismo comunitário pode oportunizar o desenvolvimento local. Contribuem academicamente por meio das expressões “turismo solidário” e “turismo social”, que expressam a ótica do consumo, dos turistas, “turismo equitativo” e “turismo comunitário”, expressam a ótica da produção da atividades, das comunidades receptoras.

Destacam-se também autores brasileiros que organizaram a obra “Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras” como Roberto Bartholo, Davis Sanzolo e Ivan Bursztyn (2009), que conceituam o termo TBC como “turismo situado de base comunitária”, ou seja, as comunidades possuem sentido em sua existência caracterizadas por meio de suas origens, crenças, tradições, valores.

Para Eduardo Mielke, o foco é a dimensão empresarial do TBC, ou seja, a criação de empresas turísticas, através da organização, da associação dos empreendimentos para a venda de um produto turístico, que deve estar orientado para o mercado, e não a organização em si, que deve seguir os fundamentos da economia solidária, cooperação, autogestão e propriedade coletiva. Dessa forma, contrapõe-se com os princípios da economia solidária. Nessa linha, consideram-se outros autores como Mitchell e Muckosy (2008), que criticam o TBC na América Latina, ao mencionarem que o entusiasmo pelo TBC ocorre por duas razões: porque raramente se reduz a pobreza e a vulnerabilidade, e, segundo, o questionamento dos impactos tradicionais.

Scheyvens (2007) acredita que muitos projetos de TBC fracassam pelo baixo acesso ao mercado. Goodwin e Santilli (2009) atribuem o fracasso à governança incipiente. Mitchell e Muckosy (2009) ainda afirmam que uma gestão coletiva é complexa e pode gerar imposições democráticas aos padrões tradicionais da comunidade, conseqüentemente, efeitos inesperados, visões essas que não contribuem com o avanço acadêmico sobre o tema.

Analisando a revisão bibliográfica apresentada, percebe-se que para obter seu desenvolvimento através de rendas e empregos, os projetos relacionados ao TBC precisam se inserir em um mercado crescente na valorização de iniciativas alternativas, em que o lucro não é o objetivo central, mas sim a autogestão, a hospitalidade e a coesão.

No Brasil, destaca-se o conceito de desenvolvimento local e se faz presente a perspectiva da economia solidária através do posicionamento de autores como Coriolano e Ramiro. Nas literaturas internacionais, destacam-se as abordagens de instituições como a OMT e o WWF, que são orientadas às questões éticas e à responsabilidade social e ambiental. Para esse trabalho utilizaremos o termo TBC, utilizado pelo Ministério do Turismo, que tem como principais motivações do turista o contato mais próximo com a comunidade receptora, a protagonista na gestão do turismo local.

### **1.8 Evolução da Política Pública do Turismo no Brasil: Uma Síntese**

As ações públicas no segmento turístico têm passado por alterações. A partir do ano de 2003, temas como a inclusão e a participação social foram inseridos na agenda da política nacional de turismo, o que contribuiu para a formulação de uma ação consubstanciada em um Edital de Chamada Pública de Projetos de Turismo de Base Comunitária.

A introdução das ações públicas no segmento turístico inicia-se em 1930 e se estende até 1960, época em que apenas uma pequena elite viajava, gerando somente algumas ações regulatórias, sem qualquer distinção no cenário político e econômico do turismo brasileiro. O primeiro diploma legal que aborda algum aspecto da atividade turística é o Decreto-Lei 406, de 4 de maio de 1938, cujo artigo 59º dispõe sobre regulativos para a venda de passagens aéreas, marítimas e terrestres.

A segunda fase inicia-se em 1966 e estende-se até 1991, com a criação da EMBRATUR, em 1966, antes designada Empresa Brasileira de Turismo. Junto foi criado o Decreto-Lei 55 de 1966, que definiu pela primeira vez um conjunto de dispositivos que podem ser identificados como a gênese de uma Política Nacional de Turismo, e desde a década de 1990, a empresa transformada em Instituto passou a ser peça fundamental na elaboração de políticas públicas

para o setor, também tendo sido criado o Conselho Nacional de Turismo. Esse período foi marcado pelo desenvolvimento do turismo interno no Brasil e a captação da demanda externa por meio de campanhas publicitárias, com destaque para o setor imobiliário, por meio de segundas residências em busca de sol e praia como atrativos para o lazer e turismo.

A partir da década de 1970 há um maior incentivo ao desenvolvimento da atividade turística, pautado em melhorias da infraestrutura e agressivas campanhas de marketing no incentivo a viagens das classes médias urbanas em zonas costeiras brasileiras, o que levou os estados a buscarem investimentos internacionais. A década de 1970 é marcada pela articulação do turismo e a questão ambiental, no entanto, a importância dada refere-se quase que exclusivamente à natureza como recurso, como mercadoria para o turismo. As políticas ambientais e de turismo vêm caminhando juntas e paralelamente.

Em 1990, há uma profunda crise fiscal do Estado. As políticas de ajuste e reestruturação propostas por organismos internacionais como o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Banco Mundial (BIRD) apontam a promoção de atividades turísticas como uma linha de ação promissora para o desenvolvimento do país. Ao mesmo tempo, as ações da EMBRATUR reforçam o potencial da atividade turística como fator de desenvolvimento regional, num modelo de atuação que enfatiza a descentralização na gestão do setor. A EMBRATUR se fortalece como uma instituição de formulação de políticas públicas, delegando a execução para os governos estaduais e municipais, em parceria com a iniciativa privada.

Inicia-se outra fase, a partir de 1991. Durante o Governo Collor, houve tentativa frustrada de estabelecer a Política Nacional do Turismo, a promoção do desenvolvimento socioeconômico, a partir do aumento do fluxo de turistas, o qual necessitou de investimentos públicos e privados e culminou na transformação do território e das relações sociais nas áreas de influência dos projetos. Destaca-se o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR), de 1992, lançado através da EMBRATUR, com o objetivo de promover o desenvolvimento regional, através da formação de polos de turismo integrado, mas esse Plano pouco saiu do papel, deveria efetivar a política nacional, porém ficou somente nas diretrizes.

A única ação concreta no governo do Collor foi o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro (Prodetur-NE), que apoiado pelo Governo Federal e governos estaduais nordestinos e criado pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) e pela Embratur em uma portaria conjunta, obteve aporte financeiro do BID e o Programa Nacional de Municipalização do Turismo, numa tentativa de possibilitar a participação no planejamento do turismo a partir das localidades.

No governo de Itamar Franco foram criadas as “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo”, que colocava o ecoturismo como alternativa ao turismo de massas (DIAS, 2003, p. 135). Foi inserida a discussão sobre o meio ambiente e unidades de conservação da natureza. Em 1994 foi criado o Programa de Municipalização do Turismo (PNMT), resultado de um processo de construção de diretriz nacional para a política de turismo, porém desde seu início apresentou uma falha estratégica de implementação, tendo em vista que não foi considerada a etapa de identificação das potencialidades de cada município, que seria o Programa do Rintur (Relatório do Inventário Turístico Nacional), e premiou-se o conhecimento prévio que não existia. Muitos municípios que não eram turísticos se apresentaram nessa categoria (BENI, 2006, p.26).

No ano de 1995 foi criado no âmbito do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) o Programa Nacional de Financiamento do Turismo. Em 1996, foi lançado o documento “Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas – 1996/1999”, cujas estratégias eram a implantação de infraestrutura básica e turística, capacitação de recursos humanos, modernização da legislação, descentralização da gestão e promoção do turismo (DIAS, 2003, p. 136).

Esses movimentos que induziram a descentralização da gestão do turismo dão lugar aos discursos do turismo a partir da década de 2000 e a temas como redução da pobreza, distribuição de renda, inclusão social, mudando a percepção sobre as desigualdades sociais.

Com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, no governo de Luís Inácio Lula da Silva, a Embratur é incorporada e passa a cuidar apenas da promoção e marketing do produto turístico nacional. A partir desse momento ocorre uma mudança no âmbito das políticas públicas, que passam a ver o setor

como um dos indutores do desenvolvimento do país com potencial de contemplar crescimento econômico com distribuição de renda e redução das desigualdades sociais e regionais, por meio da geração de trabalho e renda, fomentando a competitividade e desenvolvimento do produto turístico com qualidade nos mercados nacionais e internacionais nos diferentes territórios do Brasil (RAMIRO, 2009).

Após a criação do Mtur, também foram criados o Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional dos Secretários Estaduais de Turismo e lançado o “Plano Nacional de Turismo (PNT): diretrizes, metas e programas 2003/2007”, cuja característica que o difere é a inclusão social, de maneira pontual e fragmentada em seus seus programas e projetos, e que tende a gerar apenas resultados parciais diante da complexidade dos compromissos criados (SANCHO e IRVING, 2010, p. 108). O Plano mantém como objetivo a descentralização da gestão, como, por exemplo, a implantação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

Em 2005, o Mtur e o Banco Mundial lançam um documento chamado “Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza no Brasil”, que estuda a possibilidade de que o turismo venha a contribuir com o tratamento da pobreza e admite que as políticas voltadas à promoção do turismo constituem modelo concentrador de renda, cujos impactos sociais e ambientais, avaliados pelo custo total, terminam negativos (BRASIL, 2005, p.23).

No ano de 2007, considerando a contribuição do turismo em relação à pobreza e à geração de emprego e renda, foi lançado a segunda edição do PNT chamado de “Plano Nacional do Turismo – Uma Viagem de Inclusão, 2007-2010”, o qual preocupou-se com a inclusão social através do turismo, valorizando o brasileiro e oportunizando a viajar. Foi considerado como um documento complementar ao atingimento das metas do milênio da Organização das Nações Unidas (OMT). Segundo o PNT 2007-2010:

[...] o modelo de desenvolvimento proposto pelo governo contempla e harmoniza a força e o crescimento do mercado com a distribuição de renda e a redução das desigualdades, integrando soluções nos campos econômico, social, político, cultural e ambiental [...] o turismo pode ser uma importante ferramenta para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, particularmente, com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à garantia de sustentabilidade

ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para desenvolvimento (BRASIL, 2007, p. 15).

O PNT configura-se como uma política pública no Brasil, elaborado de forma participativa, e apresentou diversas propostas de trabalho e renda, porém baixa em comparação com outros ganhos diretos da iniciativa privada. O plano trouxe novas opções, mas não discutiu a qualidade da renda gerada por esses postos de trabalho, o que torna necessário pensar em uma distribuição mais igualitária dessa renda. Analisa-se que existem ações isoladas que vêm de encontro ao plano de governo, mas não de um planejamento específico para o segmento, ainda faltam muitas propostas no atual plano. Espera-se que na próxima edição do Plano Nacional de Turismo, do governo da Presidente Dilma Rousseff, que tem buscado enfrentar o problema da pobreza e da desigualdade social, tenha destaque o TBC.

Essas reflexões induzem à compreensão de que ao considerar os aspectos geográficos, físicos, socioeconômicos, populacionais e a relação com os atores sociais do território, o que parece ser mais adequado, é o desenvolvimento e um planejamento focando o território onde ocorre a interação do homem com o meio ambiente, de forma a se organizar e relacionar com a natureza e cultura de diversas maneiras, transformando o espaço em atrativos turísticos e inserindo a comunidade local na produção da infraestrutura e prestação de serviços aos turistas.

Tendo em vista que o Governo Lula teve como pressuposto o incentivo a práticas econômicas de forma organizada e orientada na união de forças, através da cooperação e associativismo, da participação, do desenvolvimento local, pode-se promover, de forma competitiva, a inserção de atividades econômicas organizadas localmente na cadeia produtiva do Turismo. Nesse contexto, inserem-se os Arranjos Produtivos Locais (APL) que tratam da interação entre empresas e agentes sociais. São formas de organização da produção em um território, que priorizam as vocações e recursos locais, o adensamento do mercado interno como forma de desenvolvimento sustentado e menos vulneráveis às dinâmicas exteriores, sem ignorar a importância da estruturação de canais externos de comercialização, seja na forma de redes de comercialização alternativas ou tradicionais. Destacada importância tem o Estado no planejamento multiescalar das políticas e na interação entre elas (RAMIRO, 2010).

Para que o desenvolvimento do território ocorra de forma satisfatória é fundamental o envolvimento e atuação fortalecida da governança local, capaz de valorizar a identidade cultural, os recursos culturais e naturais, evitando padronizações com vistas ao crescimento econômico e a melhoria social de grandes regiões, pois cada local tende a se especializar na produção de bens ou serviços, incluindo os turísticos, para os quais ele dispõe de dotações de fatores abundantes em comparação com outros, e ao se referir ao planejamento territorial endógeno, o foco do planejamento regional passa a ser a localidade.

Nesse caso, o local será capaz de produzir em melhores condições de competitividade e ser referência nos serviços turísticos prestados, pois com a globalização, sua importância ressurge através do papel que desempenharão, a partir de suas potencialidades e identidades.

Ao planejar o território endógeno, a base dos modelos de desenvolvimento está na percepção de que os elementos necessários se encontram nos próprios moradores locais, que devem estar inseridos diretamente no processo, de forma a construir um projeto de desenvolvimento pautado na participação social e sustentabilidade. A capacidade de atração de cada destino turístico depende cada vez mais de sua atratividade no que se refere aos aspectos naturais, culturais, sociais, políticos e econômicos, e de fundamental importância a hospitalidade encontrada no local ou região. As estratégias de desenvolvimento local também apresentam alguns riscos, como por exemplo, a baixa capacidade de gestão do ator protagonista, dificuldade de acesso na concessão de crédito, deficiências nos serviços e infraestrutura local, além dos canais de comercialização do local, o que exemplifica a importância da gestão compartilhada entre autores locais e políticas públicas.

Complementa Zapata (2007, p. 24), que o desenvolvimento do território endógeno “trata-se de uma estratégia e de um processo intencional dos atores, das pessoas de um determinado território, para, a partir de seus ativos, de suas potencialidades e vocações, construir um projeto de desenvolvimento com mais participação social, mais equidade e sustentabilidade”.

Nesse contexto, cita-se a organização dos moradores locais através do Programa de Regionalização do Turismo, que assumem o papel de atores principais na oferta dos produtos e serviços turísticos ao realizarem essa atividade

pela comunidade local. Pode ser considerado como turismo de base comunitária, de grande interesse da academia e do poder público, que tem demandado ações efetivas nesse processo de desenvolvimento, e que pode ser uma alternativa de organização singular para alguns roteiros e regiões para de forma conjunta oferecer produtos e serviços turísticos diferenciados, visando melhorias de vida para a comunidade local.

Em comunidades pobres, o atrativo turístico natural e cultural pode funcionar como saída para o alívio da pobreza. Muitas vezes a pouca qualificação é suficiente e a inserção no mercado acontece de forma rápida. Mesmo assim, não acontece de maneira isolada, sem interferência pública, de forma que os incentive à organização coletiva do trabalho no setor, com continuidade dos ganhos em longo prazo, fornecendo a estrutura básica para que o turismo aconteça, e na sequência proponha qualificação profissional local e da comunidade para que seu produto possa concorrer com outros destinos, permitindo a conservação de seus recursos naturais e culturais, geração de renda para as famílias e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade de vida nos locais.

Limites e possibilidades de o turismo contribuir para a diminuição da pobreza propiciaram conhecimentos sobre a formulação e implementação de iniciativas que tendem a enfrentar os desafios para a redução das desigualdades econômicas e sociais. Permitem o aprofundamento do debate quanto ao desenvolvimento local e a viabilidade dos empreendimentos econômicos solidários como estratégia de inserção sócio-produtiva no turismo. Também apresentam e problematizam os desafios que devem ser enfrentados para elaboração de políticas públicas exequíveis e que contemplem melhoria do produto e da prestação dos produtos e serviços turísticos em consonância com a promoção da qualidade de vida para a população local.

O Brasil tem feito parcerias de cooperação com a Espanha, tendo em vista que é o segundo destino turístico do mundo, e o que recebe mais receitas do turismo, ultrapassando as receitas da França (maior receptor turístico mundial), ficando responsável o setor pela dinamização econômica da Espanha, acumulando vasta experiência, passível de ser compartilhada.

Um exemplo de cooperação entre a Espanha e o Brasil é o Projeto de Cooperação para o Desenvolvimento do Turismo na Costa e na Serra da Capivara. Para execução desse programa, a Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento - AECID firmou com o Governo Federal uma parceria implementada por meio de um acordo de cooperação com o Ministério do Turismo – Mtur, em parceria com a ITCP/COPPE/UFRJ, coordenado pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), do Ministério do Trabalho, sendo a promoção da inclusão social com geração de trabalhos e renda na cadeia produtiva do turismo o principal objetivo. O Instituto Ambiental Brasil - IABS, uma organização privada sem fins lucrativos, com grande experiência na execução de projetos aliados à busca por um desenvolvimento mais sustentável tornou-se o terceiro pilar dessa parceria, por meio do Convênio Mtur/IABS – 345/2007, desenvolvendo ferramentas de planejamento, gestão e cooperação técnica, que visam o desenvolvimento do turismo em bases sustentáveis, respeitando o meio ambiente e valorizando os ativos culturais locais (RAMIRO, 2010).

Um exemplo dessa parceria pode ser visualizada no livro Economia Solidária e Turismo, em que Ramiro (2010) descreve e analisa três experiências concretas de empreendimentos solidários de implantação de cooperativas populares baseadas no turismo: Lençóis Maranhenses, Serra da Capivara, no Piauí, e Jericoacoara, no Ceará, regiões com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), concluindo que as experiências, apesar de terem sido implementadas com o mesmo objetivo, de inserção produtiva de comunidades pobres e com poucas alternativas de desenvolvimento, mostram diferenças importantes em termos de renda inicial, contato com turistas, quantidade de atrativos turísticos, entre outros, sendo essas diferenças responsáveis por resultados distintos tanto no que se refere ao sucesso econômico do empreendimento, quanto no que tange aos ganhos em termos de desempenho do turismo local. Em todos os casos, porém, observa-se uma melhoria importante na articulação e organização das comunidades locais para a discussão e providências no sentido de resolução de problemas específicos. Em todos os casos, há potencial cooperativo a ser desenvolvido como forma de melhorar a inserção produtiva e social dos residentes.

Segundo Ramiro (2010, p. 23):

O estudo demonstra que a incubação com foco no desenvolvimento local de regiões turísticas de baixo IDH obteve certo grau de efetividade, por meio do assessoramento técnico e qualificação em cooperativismo e gestão de negócios, em particular, os relacionamentos ao transporte turístico, condutores de visitantes, artesanato, turismo de aventura. O trabalho realizado junto à população objetivou a inserção de iniciativas locais na cadeia produtiva do Turismo, as quais, em geral, tem dificuldade de acesso ao mercado. Além disso, o projeto se apropriou de tendências atuais do Turismo, principalmente do fato de que turistas, principalmente os estrangeiros, demandam cada vez mais produtos autênticos, produzidos com matéria-prima e mão-de-obra locais. O projeto contribuiu também para o resgate da cultura local, ao permitir a inserção de produtos e serviços produzidos no território na cadeia produtiva do Turismo. Entretanto, a consolidação dos empreendimentos econômicos incubados requer a solução de inúmeros problemas exógenos ao projeto, como, por exemplo, regulação da atividade turística em áreas de preservação ambiental, provimento da infraestrutura, crédito para investimentos em tecnologia e melhoria da prestação dos serviços ofertado.

Através da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo (SNPDTur), que subsidia a formulação dos planos, programas e ações destinados ao desenvolvimento e fortalecimento do turismo nacional, que também formula e acompanha os programas de desenvolvimento regional do turismo e a promoção do apoio técnico, institucional e financeiro necessário ao fortalecimento da execução e participação dos estados, do Distrito Federal e dos municípios nesses programas, foram criados na estrutura do Mtur vários departamentos para a execução de suas atividades, como o PRODETUR (Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo), DEFPIT (Financiamento e Promoção de Investimentos no Turismo) e o DCPAT (Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo), que tem como finalidade:

Apoiar programas e ações para o desenvolvimento da qualificação e certificação de profissionais, de equipamentos e serviços turísticos; ações de produção associadas para o incremento da produção artesanal e demais produtos associados ao turismo que agreguem valor ao destino turístico, bem como sua promoção e comercialização e o fomento a projetos de desenvolvimento turístico local e de inclusão social, com o apoio técnico, institucional e financeiro necessários às regiões com potencial turístico e de baixa renda percapita, em conformidade com o Plano Nacional de Turismo (Mtur, 2010).

Segundo o Mtur (2010), o investimento executado no âmbito da Secretaria pelos seus departamentos, em 2008, totalizou o valor de R\$ 1,7 bilhões. No âmbito do DCPAT, os investimentos realizados totalizam o valor de

R\$ 40 milhões em programas para qualificação em língua estrangeira; formação de gestores; turismo de aventura, gastronomia, incubação de cooperativas populares da cadeia produtiva do turismo, apoio a comercialização da produção associada ao turismo, entre outros. O apoio ao turismo de base comunitária como uma ação do DCPAT, capitaneada pela Coordenação Geral de Projetos de Estruturação do Turismo em Áreas Priorizadas – CGPE - tem como objetivo conhecer o potencial desse segmento para, por um lado, agregar valor a alguns destinos, diversificar a oferta turística e, por outro, promover o desenvolvimento local e a inclusão social, em virtude das características peculiares da organização e estruturação dos produtos e serviços turísticos denominados como de base comunitária.

Referente às políticas públicas, os Ministérios do Meio Ambiente (MMA) e do Desenvolvimento Agrário (MDA) tem desenvolvido ações para o fomento a grupos organizados de base comunitária no entorno ou no interior de Unidades de Conservação, no caso do MMA, e/ou vinculados ao Programa de Agricultura Familiar (PRONAF), no caso do MDA. No entanto, ações isoladas não são capazes de configurar uma adequada política que estimule a prática de atividades relacionadas ao turismo comunitário. Apenas recentemente, no ano de 2008, o Ministério do Turismo, através do Edital 01/2008, passou a reconhecer as atividades de turismo de base comunitária e a aportar recursos para o fomento de tais iniciativas, através do edital público em que foram enviadas 500 propostas que representaram todas as macro-regiões brasileiras. Destas, foram selecionados 50 propostas por uma banca formada por representantes do Ministério do Turismo, professores, pesquisadores e especialistas, para apoio nos exercícios de 2008 e 2009, representando 19 unidades da federação, e cerca de 100 municípios, com orçamento total previsto de R\$ 7,5 milhões (RAMIRO, 2010).

Em 2008, foram formalizados, por meio de convênio, 22 projetos distribuídos nas cinco regiões do Brasil, totalizando um investimento de R\$ 3,36 milhões. Embora não se possa definir como uma política pública federal, esse foi um marco das primeiras ações do poder público federal em apoio a um outro modelo de turismo, em que as populações tradicionais, os trabalhadores rurais, os pescadores, os representantes das culturas indígenas são os principais protagonistas. A consolidação do turismo de base comunitária enquanto atividade

geradora de benefícios diretos as comunidades locais necessita de um esforço conjunto dos setores público e privado, da sociedade civil organizada e de instituições de ensino de todo o país (RAMIRO, 2010).

As parcerias e acordos criados para implementação desses projetos junto à administração pública local, assim como a outros níveis de governo e setor privado são elementos presentes na democracia participativa e desenvolvimento sustentável, pautada na afirmação identitária de comunidades enraizadas em espaços simbólicos de pertencimento. O esforço do governo na promoção dessas ações é fundamental para ampliar a possibilidade de se obterem melhores resultados e maiores benefícios para as comunidades locais, mas tem que ser focada na melhoria de qualidade de vida das populações receptoras, e não somente no aumento do fluxo de turistas no local ou contribuição de divisas internas e externas para o país, compreendendo o que fazer e de que forma conduzir um melhor processo.

A configuração das políticas alternativas de turismo de base comunitária está presente em vários países, com o papel fundamental de criar condições para que os anseios da comunidade tomem forma, apoiando não somente o desenvolvimento das atividades, mas também sua operacionalização, como exemplo o caso da Bolívia que, em 2006, lançou seu Plano Nacional de Turismo integralmente dedicado ao fomento do turismo comunitário, a Rede de Turismo Comunitário da América Latina (REDTURS, <http://www.redturs.org>), que congrega iniciativas de 12 países do continente, e mais particularmente a Rede Boliviana de Turismo Solidário Comunitário (TUSOCO, <http://www.tusoco.com>). No Brasil, merecem destaque pela iniciativa de formação de redes de turismo comunitário, a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL), a Rede Cearense de Turismo Solidário e Comunitário (Rede TUCUM), que permite a troca de informações e experiências, contribuindo para seu fortalecimento através da formação de redes regionais, nacionais e internacionais.

Outro tema, o crescimento econômico tem sido considerado por muitos um pressuposto indispensável para o desenvolvimento, já que a população mundial cresce e, conseqüentemente, as demandas por bens materiais e imateriais. Daí, conforme Oliveira (2002, p. 40):

O desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica,

política e, principalmente, humana e social. Desenvolvimento nada mais é que o crescimento (...) transformado para satisfazer as mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, entre outras.

O reconhecimento pelas sociedades dos efeitos perversos do crescimento e desenvolvimento econômico que desconsideram os desdobramentos indesejados desse processo sobre a vida no planeta, fez do conceito de desenvolvimento sustentável um paradigma a partir do final do século XX, período em que se consolida o processo de globalização. Sobre a globalização e seus efeitos perversos, coloca Santos (2000, p. 20-21):

De fato, para a grande maior parte da humanidade a globalização está se impondo como uma fábrica de perversidades. O desemprego crescente torna-se crônico. A pobreza aumenta e as classes médias perdem em qualidade de vida. O salário médio tende a baixar. A fome e o desabrigo se generalizam em todos os continentes. Novas enfermidades como a AIDS se instalam e velhas doenças, supostamente extirpadas, fazem seu retorno triunfal. A mortalidade infantil permanece, a despeito dos progressos médicos e da informação. A educação de qualidade é cada vez mais inacessível. Alastram-se e aprofundam-se males espirituais e morais, como os egoísmos, os cinismos, a corrupção. Isso nos remete um questionamento sobre a viabilidade do desenvolvimento sustentável, entrando em cena no final do século XX, a idéia de desenvolvimento local.

A partir das conceituações ora explicitadas, deduz-se que desenvolvimento local não envolve, necessariamente, crescimento econômico, mas sim o alcance de melhores condições de vida pelos meios disponíveis a uma dada comunidade ou sociedade vivendo em um dado lugar. Nesse sentido, o desenvolvimento local é um processo socializante, no qual as comunidades envolvidas são protagonistas de seu tempo e de seu espaço e não sujeitos hegemônicos. Trata-se de uma expressão espacial, em verdade, do desenvolvimento desigual.

No caso brasileiro, embora o país tenha, reconhecidamente, manchas de riqueza e de prosperidade econômica e social, a pobreza está em todos os rincões da nação, suscitando o reconhecimento de que a pobreza não é endêmica, e que sua compreensão passa, necessariamente, pelo entendimento de dinâmicas sociais edificadas ao longo do tempo e no espaço.

Todavia, é sabido que o turismo internacional tem importante impacto sobre as economias nacionais, ao promover, por exemplo, a entrada de divisas nesses países. Conforme anteriormente colocado, o conceito de desenvolvimento

local distingue-se de todas as outras abordagens sobre desenvolvimento que o antecedem, porque demarca uma escala geográfica, a escala local. A escala local remete a uma dada sociedade e ao território em que vive essa sociedade, com o qual a mesma tem uma relação mais próxima. “Turismo comunitário”, compreendido este como uma forma de turismo em que comunidades locais assumem o comando do desenvolvimento do turismo em seus territórios.

Tendo em vista o acima exposto, o turismo de base comunitária se insere na perspectiva de desenvolvimento local. É fundamental que os espaços onde são construídas as identidades territoriais e as comunidades sejam interpretados como processo de construção da sociedade, considerando apenas o potencial turístico local ou regional, como também as diversas alternativas e variáveis pautadas em um desenvolvimento centrado nos recursos e demandas endógenos.

O desenvolvimento passou a ter destaque no momento em que o turismo passou a ser interpretado, no país, como alternativa possível para a inclusão social e a discussão sobre participação social e governança democrática se tornou prioritária no âmbito internacional.

Ao fazer referência à interpretação do local, compreende-se que esse espaço somente irá se desenvolver se os protagonistas forem sujeitos diretos do processo, e não somente pensando o turismo como alternativa para comunidades de baixa renda, como também o sentido de coletivo, que prioriza o laço social, a valorização da identidade local, o sentimento de comunidade e pertencimento, a partir da compreensão do lugar como ponto de partida para uma transformação social.

Para Azevedo (2002), é no “espaço simbólico” do lugar turístico que identidades se encontram e são intercambiadas, buscando a qualidade social e ambiental do destino.

Zaoual (2008) formulou a “Teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento”, que sinaliza que uma mudança econômica consistente e durável pressupõe o senso comum partilhado pelos atores da situação. Esse senso comum indica como o sistema de valores e representações influenciam as práticas econômicas e também as práticas sociais. A partir da matriz de ordem simbólica de um lugar, comportamentos individuais e coletivos se manifestam em

um sistema de ação localizada e, em seguida, em comportamentos e atividades econômicas.

Essa base conceitual privilegia a contraposição a modelos homogêneos e burocratizantes e coloca em evidência o olhar do lugar, do “sítio simbólico de pertencimento”, permitindo “a construção de poder endógeno para que um determinado grupo social possa autogerir-se, desenvolvendo o seu potencial socioeconômico, preservando o seu patrimônio ambiental e superando as suas limitações, na busca contínua de qualidade de vida de seus indivíduos” (CARESTIATO, 2000, p. 27).

Ao pensar em turismo comunitário, é importante introduzir o conceito de hospitalidade, entre o anfitrião e turista, que consiste na troca do dar e receber, através dos diálogos e laços sociais que vão sendo construídos. O turista quer ser ativo, ser o ator da situação experienciada, deseja pertencer, mesmo que momentaneamente ao local, ser como um autóctone, realizar um intercâmbio cultural. As relações econômicas são enriquecidas por outras relações que ultrapassam a racionalidade do lucro imediato.

Complementa Lashey (2004), ao analisar a hospitalidade com base em três domínios: social, privado e comercial, que representa fundamentalmente troca, a hospitalidade é interpretada como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e anfitriões. Portanto, ela está associada à relação social, aos vínculos, em suma, à dádiva.

Segundo Dencker (2004, p. 189):

A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre os indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do Dom.

Já para Godbout (1999, p. 198):

O vocabulário da hospitalidade está impregnado de ambiguidade. Receber designa, evidentemente, o fato de acolher alguém em casa, mas também, o que é igualmente importante, o fato de dar, oferecer alguma coisa: hospitalidade, uma refeição etc. Receber alguém é dar-lhe algo. É exatamente o contrário daquilo que o mercado procura: criar condições de troca de bens entre estranhos iguais.

Ao pensar na origem de um território, nos elementos que garantiram sua dimensão e forma, é necessário nos atermos ao conceito a partir das características básicas que o compõem. Essas características poderiam ser sintetizadas no caráter político, o que é expresso na relação entre os poderes instituídos, ditos macropoderes, e os micropoderes simbólicos, produzidos e vividos que estão no cotidiano da população.

Busca-se compreender o território que compreende Foz do Iguaçu e região de entorno, contemplando os municípios limieiros ao Lago de Itaipu e limieiros ao Parque Nacional do Iguaçu, integrando esse espaço através da atividade turística, por meio das ações realizadas pelas diferentes governanças locais. Interessa neste estudo discutir como esse contexto social, expresso através da atividade turística é representada no espaço, através de diferentes gestões e como promovem a integração turística, preservando e valorizando esse relevante aspecto econômico, social e cultural.

A região do *Iguassu*, fronteira do Brasil com o Paraguai, ocupa uma posição estratégica na América Latina. A malha urbana e as redes estabelecidas compostas por *Ciudad del Este*, Paraguai e Foz do Iguaçu, no Brasil, e *Puerto Iguazú*, na Argentina, apresenta uma população aproximada de setecentos mil habitantes. A Região do *Iguassu* é uma área conurbada, transnacional, com problemas isolados relativos aos trâmites de aduanas. Tradicionalmente, o turismo é a base econômica regional, apresenta os três aeroportos internacionais que coloca a área numa posição de destaque e ligação com os principais centros de distribuição da América do Sul. Faz-se necessária a organização espacial por meio de organizações e articulações da cadeia produtiva do turismo. É necessária a identificação dos elementos componentes que formam a atividade turística, seja na produção para uma ação integrada para desenvolvimento regional (CAMMARATA, 2001, p. 82).

## 2. REALIDADE SÓCIO-TERRITORIAL DE FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO

Neste item será realizada uma contextualização do objeto de estudo. Destaca-se que se utilizaram documentos oficiais da Secretaria Municipal de Turismo (Inventário Turístico, PDITS, livros de historiadores locais, Pesquisas de Demanda Turística, Projetos e Programas de Planejamento do Destino).

A Figura 1 representa a localização territorial de Foz do Iguaçu, no extremo Oeste do Paraná, compõe a região Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, na confluência dos rios Paraná e Iguaçu, faz fronteira com Paraguai e Argentina e integra o Mercosul<sup>1</sup>. Dessa forma, percebe-se que esses espaços, com claras fronteiras culturais, ambientais e sociais, procuram fortalecer-se como um produto turístico.



Figura 1: Mapa Rotas América Latina  
Fonte: Setur/Foz (2013).

<sup>1</sup> Argentina, Paraguai, Uruguai, Brasil e Venezuela são estados membros, o restante dos países da América do Sul são estados associados e México é Estado observador.

## 2.1 Aspectos Físicos Naturais de Foz do Iguaçu

Foz do Iguaçu possui um grande diferencial geográfico em função de sua localização geopolítica estratégica no coração da América do Sul e no Mercosul – Mercado Comum do Sul. O município está inserido na Macrorregião Sul do Brasil, especificamente na região Oeste do Paraná, na fronteira do Brasil com o Paraguai e a Argentina. A origem do nome do município vem do guarani, decomposta na sua grafia primitiva – “ü” (água, rio) e “wa'su” (grande), rio caudaloso. Por estar situado na confluência dos rios Paraná e Iguaçu, recebeu o nome de Foz do Iguaçu.

Situa-se na coordenada geográfica correspondente a 25° 32' 43" S de latitude sul e 54° 35' 17" O de longitude oeste, e localiza-se a 7,5 km ao norte da foz do rio Iguaçu. Com base em sua configuração topográfica, o município ocupa o extremo oeste do Planalto de Guarapuava (terceiro Planalto do Paraná), entre os rios Piquiri e Iguaçu, interceptados pelo Rio Paraná. Devido a tais limites geográficos e ainda pelo encontro dos rios Paraná e Iguaçu, forma-se a tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina. Assim, possui limite ao Norte pela Hidrelétrica de Itaipu, que dividiu o território municipal em duas partes descontínuas, ao sul, pelo rio Iguaçu, que marca fronteira com a Argentina, especificamente a cidade de Puerto Iguazu, a leste, os municípios de Santa Terezinha de Itaipu e São Miguel do Iguaçu no estado do Paraná, e a oeste, pelo rio Paraná, que limita a fronteira com o Paraguai e as suas respectivas cidades de Presidente Franco e Ciudad del Leste (PDITS, 2011).

A hidrografia do município é limitada pelos dois maiores rios do Estado, o Paraná e o Iguaçu. Seus afluentes formam o sistema de drenagem natural. Dentre eles pode-se destacar nove microbacias hidrográficas, sendo sete delas circunscritas ao perímetro municipal. Fazem parte da bacia do Baixo Iguaçu (Rio Tamanduá, Córrego Carimã e Rio São João) e da Bacia do Paraná (Rios Almada, MBoicy, Ocoí, Cué, Guabiroba e Monjolo) (SMTU, 2013).

Possui vegetação caracterizada pela mata pluvial subtropical devastada, entremeada de mata cultivada. A mata subtropical é encontrada na região do Parque Nacional do Iguaçu e possui floresta Tropical de várzea nas margens dos rios, e sua característica principal é a multiplicidade de espécies. É

significativa pela extensa área, ocorrendo denso matagal com um complexo entrelaçado de ervas, cipós, arbustos, vegetação rasteira e árvores jovens com muitas maneiras de adaptação das espécies do meio (SMTU, 2013).

O clima é subtropical úmido, mesotérmico, sem estação seca definida, com verões quentes, geadas pouco frequentes e chuvas em todos os meses do ano. A temperatura máxima registrada em 2011 ocorreu no mês de dezembro, com 37,6 °C. A menor temperatura ocorreu no mês de junho, com -1,8 °C, sendo que a temperatura média anual ficou em 21,3°C.

No mesmo ano, a precipitação média anual foi de 105,7 mm, sendo outubro o mês de maior precipitação, com 281,5 mm, e dezembro o de menor precipitação, com 6,2 mm. A umidade relativa do ar ocorreu com maior intensidade no mês de fevereiro, com 86%, e com menor intensidade no mês de dezembro, com 66%, sendo que a média anual foi de 75,6% (SMTU, 2013).

O relevo de Foz apresenta encostas levemente onduladas, com solos de texturas argilosas de origem eruptiva, profunda e rica em matéria orgânica. Possui altitude média de 321 metros (dentro do Parque Nacional, próximo à divisa com o município de Santa Terezinha de Itaipu). Altitude mínima do município: 100 metros (foz do rio Iguaçu). Altitude máxima no perímetro urbano: 275 metros (região de Três Lagoas) e altitude média de 192 metros (SETUR FOZ 2013).

Com 99 anos, Foz do Iguaçu é a quinta maior cidade do estado do Paraná. Segundo dados da pesquisa IBGE, (julho, 2012), a cidade de Foz do Iguaçu possui uma população de 255.718 mil habitantes, distribuídos em 255.723 na área urbana, com 191,46 km<sup>2</sup> e 1.995 na área rural, de 138,17 km<sup>2</sup>, Parque Nacional do Iguaçu: 138,60 km<sup>2</sup>, Lago de Itaipu: 149,10 km<sup>2</sup>, Ilha Acaray: 0,38 Km<sup>2</sup> com uma Área Total de 617,71 km<sup>2</sup>. (Fonte: Lei complementar nº 116 (08/12/2006). Possui Densidade Demográfica de 414 habitantes por km<sup>2</sup>, considerando-se a área total do município.

O Estado do Paraná possui dez distintas regiões turísticas, denominadas de Região Turística Cataratas do Iguaçu & Caminhos ao Lago de Itaipu, formada por dezesseis municípios banhados pelo Lago de Itaipu, com uma área de 6.839 mil km<sup>2</sup>, representam 3,3% do território paranaense e Foz do Iguaçu é o portal de entrada desses municípios. Os municípios “lindeiros” que formam a Região Turística Cataratas do Iguaçu & Caminhos ao Lago de Itaipu

têm concentrado num raio de 600 km uma população com potencial consumidor em torno de 25 milhões de pessoas, representado na figura 2.

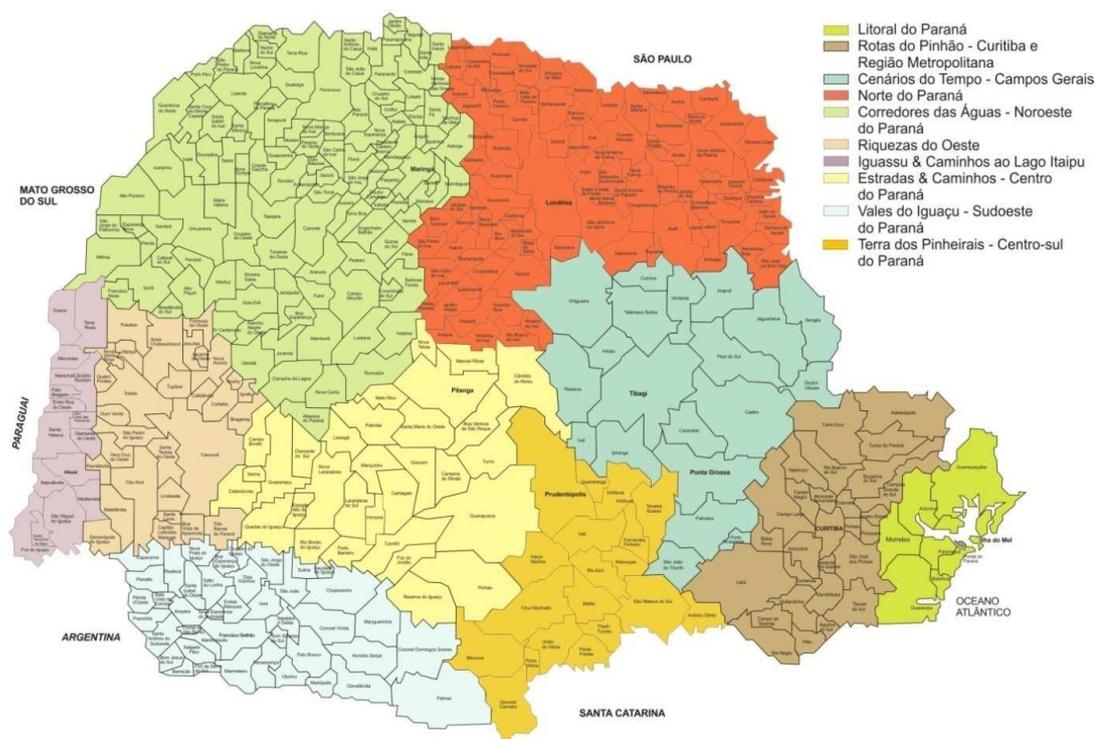


Figura 2 – Regiões Turísticas do Paraná  
Fonte: SETU/PR, novembro de 2008 ([www.setu.pr.gov.br](http://www.setu.pr.gov.br))

A história do Brasil se confunde com a história dessa região, pois foi fortemente influenciada pela presença de povos guaranis, pelas missões jesuíticas, colonização portuguesa e influência dos espanhóis. Além disso, houve a presença de empresas colonizadoras brasileiras que vieram para a região nos meados no século XX, conforme chamado do próprio governo brasileiro, para a consolidação de uma área do Paraná segmentada com uma matiz de vivências tão acentuadas, que o próprio povo brasileiro desconhece. Foi nessa região que aconteceu a Guerra do Paraguai. Em Santa Helena, o idealista Prestes e sua coluna militar enfrentaram as tropas do governo às margens do Rio São Francisco Falso, fato visível nas ruínas da ponte queimada e no Memorial Coluna Prestes, local onde se encontra o obelisco em homenagem a Luiz Carlos Prestes, primeira obra de Oscar Niemeyer em terras paranaenses (SMTU, 2013).

A diversidade étnica e cultural lhe atribui um aspecto cosmopolita rico e diversificado, abrigando cerca de setenta e duas das cento e noventa e duas nacionalidades existentes no mundo. A cidade dispõe de aproximadamente vinte mil leitos/dia, distribuídos entre hotéis, pousadas, hospedarias, albergues, campings e flats. Além de um amplo conjunto de atrações e uma diversificada rede gastronômica, a cidade oferece componentes indispensáveis para atender às necessidades dos visitantes.

## **2.2 Colonização da Região – Fundação da cidade de Foz do Iguaçu**

Desde o descobrimento do Brasil, os índios guaranis habitavam as terras onde hoje é Foz do Iguaçu. O espanhol Álvaro Nunes Cabeza de Vaca<sup>2</sup>, aventureiro espanhol que chegou ao rio Iguaçu guiado por índios Caingangues, foi o primeiro homem a conhecer as Cataratas do Iguaçu, dando-lhes o nome de "Cachoeiras de Santa Maria", em 1542, durante uma expedição que partiu de Santa Catarina em busca de uma rota para chegar a Assunção, no Paraguai. Nessa época, Foz do Iguaçu, de acordo com o Tratado de Tordesilhas, pertencia à coroa espanhola, e por força dos tratados imperiais subsequentes passou ao domínio de Portugal, exemplificado na figura 3.

---

<sup>2</sup> Segundo Miller (1987, p. 01), Alvares Nunez Cabeza de Vaca foi um homem intrépido e incomum. Em 1527, depois de participar de muitas batalhas na Europa, rumou para a Flórida como membro de uma das expedições mais fracassadas da história. Comandada por Panfilo de Narvaez, a aventura custou a vida de mais de quinhentas pessoas sem alcançar nenhum resultado prático. Com Andres Dorante, Allonso de Castillo e o escravo mouro Estevan foram os únicos a resitir a inúmeros naufrágios, vários combates com indígenas e alguns anos de escravidão entre os povos que tinham vindo conquistar. Quando finalmente conseguiram escapar, de Vaca e seus companheiros caminharam dezoito mil quilômetros, descalçados e nus, desde a Flórida até a cidade do México, onde chegaram em 1537, tornando-se os primeiros homens de outro lado do Atlântico a cruzar o Sudoeste dos Estados Unidos. Em 1541, nomeado governador do Prata, Cabeza de Vaca aportou na ilha de Santa Catarina, onde viveu alguns meses e dali partiu, também a pé, rumo a Assunção, no Paraguai, onde chegou em 1542. Durante toda sua vida, na Flórida, no México, no Brasil e no Paraguai, lutou em favor dos povos indígenas. E pagou caro por isso, foi preso e enviado para o exílio.



Figura 3 - Mapa das Expedições de Cabeza de Vaca  
 Fonte: Disponível em: <<http://www.cabezadevaca.com.br/site/o-livro/duas-rotas>> Acesso em: 12 dez. 2012.

Em 1609, foram efetuadas bandeiras conquistadoras e povoadoras, assegurando o domínio da região oeste aos brasileiros, e em 1765, o Conde Oyeras Pombal solicita ao Capitão General de São Paulo a fundação de um estabelecimento militar na fronteira com o Paraguai, em território hoje paranaense, para assegurar a posse ao Brasil. Até 1881 os índios Caingangues eram os senhores das terras onde seria localizado, mais tarde o município de Foz do Iguaçu, quando a região foi ocupada com a fixação dos primeiros moradores, iniciando a colonização com o brasileiro Pedro Martins da Silva e o espanhol Manuel Gonzalez. Pouco depois chegaram os irmãos Goyacachéa, que começaram a explorar erva-mate (SETUR 2013). Nessa época toda a economia da região girava em torno da comercialização da erva-mate e da madeira, com os países platinos.

O Município de Foz do Iguaçu foi criado oficialmente no dia 14 de março de 1889, e desde essa época novos colonizadores foram chegando, principalmente imigrantes europeus, provenientes da Alemanha e da Itália, que se mantinham através da produção da erva-mate e do corte da madeira.

Entre 1905 e 1910, a população de Foz do Iguaçu era em torno de duas mil pessoas. O vilarejo tinha uma hospedaria, quatro mercearias, um rústico quartel militar, a Mesa de Rendas Alfandegada (que regulamentava as empresas e recolhia impostos), a estação telegráfica, engenhos de açúcar e cachaça e uma agricultura de subsistência. Em 1910, a Colônia Militar, passou à condição de

“Vila do Iguassu”, distrito de Guarapuava, e, em 1912, emancipou-se como colônia, sob os cuidados do governo do estado do Paraná.

Em 14 de março de 1914, foi criado pela lei n.1383 o município da “Vila do Iguassu”, instalado efetivamente em 10 de junho de 1914, deixando de ser uma colônia militar, tornando-se município do Iguacu, que hoje pertence ao estado do Paraná, cuja capital é Curitiba, demarcando, dessa forma, o território nacional na fronteira da Argentina e Paraguai, com o objetivo de promover o desenvolvimento econômico do Oeste do Paraná. Em 1917 foi elevada a cidade, com o nome de Foz do Iguacu. O primeiro prefeito eleito Jorge Shimmelpfeng, que dirigiu o município até 1928.

Em 24 de setembro de 1924 a cidade foi ocupada pelos revolucionários na marcha da coluna Prestes pelo Brasil, trazendo novos usos e costumes à população. Nessa época, Foz do Iguacu estava sitiada e os revolucionários tomaram o pouco que restava a população, requisitando animais e mantimentos para a manutenção das tropas.

A revolução de 1930 foi muito importante para a região de Foz do Iguacu, em sua inserção econômica, política e social no estado do Paraná. O general nomeado interventor no Paraná Mário Tourinho tomou medidas enérgicas para a nacionalização da região, movimento que fez parte da “Marcha para o oeste”. Nessa década foi criada a Companhia Isolada de Foz do Iguacu (13 de maio de 1932), da Delegacia da Capitania dos Portos do rio Paraná (1933), da construção do primeiro aeroporto de Foz do Iguacu, da fundação da Santa Casa Monsenhor Guilherme (1938) e da criação do Parque Nacional do Iguacu (1939).

A colonização de gaúchos e catarinenses que se concretizam nas regiões oeste e sudoeste do Estado deu grande impulso ao desbravamento da fronteira agrícola de Foz. Ao lado das grandes fazendas existentes, estabeleceu-se nas décadas de 1950 e 1970, uma economia baseada na pequena produção agrícola, policultora, realizada basicamente pela mão-de-obra familiar, com utilização de baixa tecnologia. Também foi iniciada a industrialização com o surgimento de grandes madeireiras, olarias, alambiques, fábrica de palmito (Caiçara), de bebidas, café (Portinho), primeiro restaurante de classe da época (Viena), criação da Escola do Magistério (1952) e Escola de Trabalhadores rurais Dr. Ernesto Luiz de Oliveira (1956), inauguração do Ginásio Estadual de Foz do

Iguaçu (em 1960 passou a se chamar Ginásio Estadual Monsenhor Guilherme), fundação do primeiro jornal de Foz do Iguaçu (A Notícia – 1953), e em 1953, fundação da primeira rádio comunicadora da região (Rádio Cultura de Foz do Iguaçu).

Foz do Iguaçu tomou forma de cidade urbanizada, passando sua população para aproximadamente vinte mil habitantes. Em 1952, foi inaugurado o Cine Star da família Basso, contribuindo para a vida social da cidade. Em 1956, iniciaram-se as obras da Ponte Internacional da Amizade, que ligaria o Brasil ao Paraguai. Começaram a operar em Foz do Iguaçu as Companhias aéreas: Real Transportes Aéreos e a Panair do Brasil.

Com a emancipação de Matelândia, Medianeira e São Miguel do Iguaçu, no início de 1960, ocorreu a redução do território iguaçuense. Chega nessa década em Foz do Iguaçu a família Rafagnin e implantam os primeiros estabelecimentos gastronômicos e hoteleiros, assim como uma das primeiras empresas de transporte coletivo de passageiros (Irmãos Rafagnin Ltda). Nesse período, iniciou-se o asfaltamento das vias públicas da cidade e a implantação da rede de água e de esgoto.

Após 1965, Foz do Iguaçu vive um período próspero com o crescimento do turismo, inauguração da BR-277 e do Aeroporto Internacional. Surgem novos hotéis e restaurantes, as obras de infraestrutura básica foram ampliadas (rede de água e esgoto, saneamento básico, asfalto e calçamento), passando a ter vida econômica própria, com uma população de 33.970 habitantes (SETUR, 2013).

No início da década de 1970, é inaugurado o edifício Salvatti, o primeiro de Foz do Iguaçu, e o Hotel Salvatti (categoria luxo). Outro fator que vai gerar um grande impacto na região é a construção da hidroelétrica de Itaipu, que obrigou o governo federal a investir em Foz recursos mínimos que dotassem a cidade de uma rede melhor de telecomunicações, ampliando o aeroporto, abrindo novas avenidas e construindo bairros inteiros para alojar os funcionários e trabalhadores de Itaipu. Os investimentos privados acompanharam os investimentos públicos, principalmente na ampliação e modernização do parque hoteleiro e do setor de serviços em geral. A população urbana cresceu vertiginosamente nesse período, passando para 101.447 habitantes em 1980.

Em 1988, havia 220 mil habitantes. Os investimentos realizados durante a década de 1970 propiciaram condições para que a cidade continuasse a se desenvolver no período pós-1983. Destacam-se as atividades educacionais realizadas a partir de 1979 pela FACISA – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Foz do Iguaçu, com os cursos de Administração e Ciências Contábeis.

Na década de 1980, o distrito de Santa Terezinha emancipou-se, diminuindo novamente o território de Foz do Iguaçu. Em 1984, iniciou-se a construção da Ponte da Fraternidade, ligando Brasil e Argentina, que após a morte de Tancredo Neves, foi batizada com seu nome. Os acordos trilaterais, Brasil, Paraguai e Argentina finalmente assinados em 1988, propiciaram um incremento nas relações econômicas e culturais entre esses três países, beneficiando a região fronteira. Economicamente, nesse período, destacaram-se o turismo de compra e a exportação de mercadorias para o Paraguai. Apareceram os primeiros “compristas” (muambeiros) e fortaleceu-se a indústria da construção civil.

No início da década de 1990 ocorreu a estruturação da malha viária urbana, abrindo-se grandes avenidas como a Beira-Rio. A construção civil e o turismo de compras continuaram a crescer e os royalties provenientes da Itaipu começaram a ser pagos regularmente. No final dessa década, iniciou-se o processo de desaceleração do crescimento da economia de Foz do Iguaçu. O turismo de compras começou a sofrer com a repressão da polícia e da Receita Federal. O comércio de exportação da Ponte da Amizade foi sufocado pelo Mercosul, resultando na falência das empresas exportadoras.

Contempla um centro de complexa economia turístico-comercial, que envolve o turismo, o comércio com o Paraguai e Argentina e a Itaipu Binacional. Conta com infraestrutura física, comunicações, rede bancária, serviços especializados, o que lhe garante um grau muito grande de flexibilidade para receber as atividades econômicas, destacando-se no ranking dos municípios paranaenses.

De acordo com a Setur (2013), o desenvolvimento de Foz do Iguaçu ocorreu por meio de quatro Períodos Econômicos importantes: Extração da Madeira e Cultivo de Erva-mate, Construção da Itaipu Binacional, Exportação e Turismo de Compras e Comércio e Eventos.

- **Período da Extração da Madeira e Cultivo de Erva-mate (1870 – 1970):** as primeiras e principais atividades econômicas de Foz do Iguaçu foram, durante cerca de um século, as extrações de madeira e o cultivo da erva-mate. Durante esse tempo, o município se estendia por o todo o oeste do Paraná até o município de Guarapuava, e sua população era composta principalmente por indígenas, argentinos, paraguaios e os primeiros desbravadores. Após a instalação da Colônia Militar do Iguaçu, houve a fixação de um maior número de brasileiros na região, o que possibilitou o desenvolvimento de pequeno comércio e de pequenas propriedades rurais familiares e início das exportações para os países vizinhos. Nesse período histórico e econômico houve um acréscimo de 34 mil habitantes na cidade.
- **Construção da Itaipu (1970 – 1980):** nesse período houve ampliação e desenvolvimento tanto do setor econômico quanto do demográfico, devido à implantação da Hidrelétrica de Itaipu, que causou um crescimento de 385% de toda a população local, que passou de 34 para 136 mil habitantes, aumentando em mais de 102 mil habitantes, sendo que 50 mil faziam parte do quadro de funcionários da Itaipu no auge de sua construção, o que culminou a explosão populacional da cidade, que foi praticamente reestruturada e organizada para atender tamanho crescimento demográfico. Esse contingente se estabeleceu nos bairros da cidade, dedicando-se à prestação de serviços. Houve um aumento de investimento do setor público em infraestrutura urbana, com a construção de avenidas e do aeroporto, transformando o quadro urbano do município. Esse período causou grande impacto em todo o oeste do Paraná, principalmente em Foz do Iguaçu, ocasionando a atração de correntes migratórias compostas de trabalhadores e familiares, vindos principalmente de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, além dos provenientes do Estado do Paraná. A população está centrada em doze bairros distribuídos pela cidade, sendo o mais povoado a região do São Francisco, um dos primeiros loteamentos do município, onde residem homens que trabalharam na construção civil da Itaipu Binacional, e que hoje, em sua maioria, sobrevivem do comércio da fronteira. O bairro de Porto Meira abriga 13% da população iguaçuense, é o local de integração com a

fronteira da Argentina, tendo em vista que foi o primeiro bairro que vinculava os dois países. Trata-se de uma área perto das Cataratas e do Mercosul, e muitos de seus moradores se dedicam ao comércio com a Argentina. A cidade possui eficiente sistema de transporte público urbano, que possibilita conectar o centro e bairros. Possui sistema de transporte interurbano que permite cruzar a Ponte da Amizade e chegar ao Paraguai, em uma distância de 8 km, desde o centro da cidade. O mesmo é possível para atravessar a Ponte Tancredo Neves e chegar à Argentina, através de transporte público (MONTENEGRO; BÉLIVEAU, 2006, p. 19).

- **Exportação e Turismo de Compras (1980-1995):** com a abertura da Zona de Livre Comércio em *Ciudad del Este*, iniciou-se esse novo período econômico, que absorveria grande parte da mão-de-obra gerada pela hidrelétrica, e que não conseguiram relocação em empresas locais, trazendo problemas sociais. Áreas públicas e privadas foram invadidas por famílias de baixa renda e desempregadas, formando várias favelas. Houve um grande crescimento do trabalho informal e um crescimento demográfico de 74 mil habitantes. De acordo com o IBGE (2013), de 1980 a 2000, a população local passou de 136.321 habitantes para 258.771, praticamente dobrando o número de munícipes. Com atração e investimentos, principalmente de origens asiática e árabe, em pouco tempo a cidade paraguaia se transformou no 3º centro comercial mundial, movimentando aproximadamente 14 bilhões de dólares. O número populacional da região do Iguassu, que abrange *Ciudad del Este*, Paraguai e Foz do Iguaçu, no Brasil, e *Puerto Iguazú*, na Argentina, passou de 60.000 habitantes no começo da construção da represa de Itaipu, em 1970, para 700.00 habitantes em 2001. Apesar do crescimento comercial, o Paraguai, na época, carecia de bens de consumo básicos, tanto duráveis como não duráveis, em quantidade e qualidade suficientes para atender à demanda. Essa carência foi suprida pelos exportadores brasileiros instalados em Foz do Iguaçu, que beneficiaram desse mercado com a venda de bens como alimentos, vestuário, eletrodomésticos, maquinários agrícolas, insumos, entre outros, além do aumento na oferta de empregos e na renda local. Foz

do Iguaçu tornou-se um verdadeiro centro de entrepostagem das mercadorias destinadas ao mercado do país vizinho.

- **Desenvolvimento Sustentável – Turismo – Comércio – Eventos (1995-2008):** esse período teve início com a consolidação do Mercosul, que integra Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, com a proposta de uma isonomia de impostos, adoção de uma política comercial comum e o estabelecimento de uma tarifa externa comum. O rompimento com o período anterior fez desaparecer grande parte do setor exportador, e com a redução significativa do turismo de compras, conseqüentemente houve a diminuição da ocupação de estabelecimentos hoteleiros, agravando a situação social com o crescente desemprego. Entretanto, Foz do Iguaçu possui vantagens de sua localização estratégica no Mercosul, tendo perspectivas otimistas de crescimento econômico, com a atração de novos investimentos, ampliação de atividades comerciais e consolidação de empresas que podem usufruir desse nicho de mercado, até então pouco ou informalmente explorado. A expansão de cursos superiores, além, do fator de atração de jovens e profissionais especializados, possibilitam também a constituição de um polo tecnológico, referencial para os novos momentos que estamos vivendo. Paralelamente, o setor de eventos tem propiciado um incremento no número de visitantes no município, com inúmeros investimentos feitos pelo setor privado nesse segmento.

Nos quatro períodos de desenvolvimento apresentados, percebe-se a mistura populacional através da chegada de pessoas de várias partes do Brasil e do mundo, consolidando assim o fator econômico como primeira razão da imigração. Nota-se também a relação econômica com o espaço geográfico do município de Foz do Iguaçu (SETUR, 2013).

## 2.3 Contexto turístico de Foz do Iguaçu

Foz do Iguaçu, localizada em uma região privilegiada, em territórios, ambientais e sócios culturais integrados à infraestrutura e à receptividade da comunidade do local, está situada no extremo oeste do Estado do Paraná, no centro geográfico do Mercosul. É a maior cidade de fronteira do Brasil, o que facilita o intercâmbio cultural e social, além do aproveitamento da infraestrutura dos três países, exemplificado através do mapa de localização de Foz do Iguaçu.

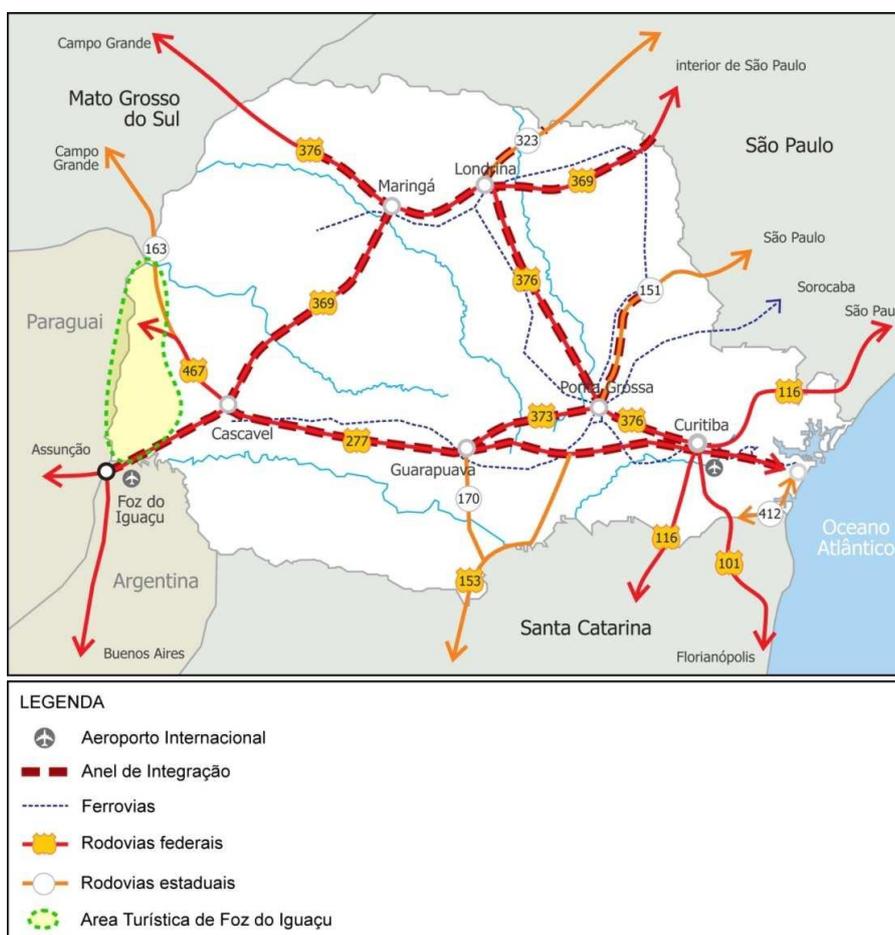


Figura 4. Mapa de Localização de Foz do Iguaçu  
Fonte: PDTIS, 2012.

A principal via de acesso terrestre ao município de Foz do Iguaçu e região é a BR 277, rodovia que foi concedida à exploração da iniciativa privada junto com outras rodovias que passaram a formar o chamado Anel de Integração do Estado do Paraná. Além de sua relevância econômica, responsável pelo

escoamento agrícola do Estado, o anel de integração conecta as principais cidades do Estado (Cascavel, Maringá, Londrina, Ponta Grossa, Curitiba), constituindo-se no corredor viário por onde trafega o maior movimento turístico interno do Estado (PDITS 2012).

Pelo fato de ser uma região que faz fronteira com dois países, Paraguai e Argentina, e com o Estado do Mato Grosso do Sul, é importante mencionar a existência de conexão rodoviária por meio de pontes que cruzam os rios de divisa, através da Ponte Ayrton Senna (Guaíra), Tancredo Neves (Argentina) e da Amizade (Paraguai).

No âmbito nacional, de um lado Foz do Iguaçu conecta-se a Curitiba, São Paulo e ao porto de Paranaguá, através da BR-277. A BR-469 liga o município ao PNI, à Ponte Tancredo Neves e ao Aeroporto Internacional de Foz Iguaçu. A *Ruta 07*, no Paraguai, liga *Ciudad Del Este a Asunción*, e a *Ruta 12*, na Argentina, liga *Puerto Iguazú a Posadas e Buenos Aires*. A combinação dos transportes rodoviário, aéreo e fluvial coloca a cidade em uma situação privilegiada e talvez única do Cone Sul Americano (PDITIS, 2012).

A proximidade existente entre as principais cidades da região trinacional facilita o fluxo de visitação para os destinos turísticos receptores. De outro modo, encontra-se um cenário mais desafiador, pois os principais destinos emissores brasileiros distam acima de 1.000 km, exceto as cidades de Florianópolis, Campo Grande, Porto Alegre, além das cidades do entorno Medianeira, Cascavel e Guaíra. Apesar da distância do destino acima da chamada “zona de conforto”, a maioria dos turistas que vem a Foz do Iguaçu procedentes das regiões citadas, utilizam o automóvel como veículo de transporte para chegar ao destino. O quadro 1 apresenta as distâncias dos principais centros.

**Quadro 1- Distância dos principais centros:**

Cidade	Distância
Curitiba –PR	660Km
Porto Alegre/RS	986Km
Florianópolis/SC	944 km

São Paulo/SP	1.065 km
Campinas/SP	979 km
Belo Horizonte-MG	1.579 km
Rio de Janeiro/RJ	1.480 km
Brasília	1.750 km
Assunção/PY	357 km
Buenos Aires/AR	1.350 km
Montevideú/UY	1.336 km
Lima/Perú	3.768 km
Santiago/Chile	2.429 km
Salvador/BA	2.716 km
Recife/PE	3.572 km
Fortaleza/CE	3.846 km

Fonte SETUR, 2013.

Foz do Iguaçu conta com um terminal de embarque rodoviário, que é administrado por uma concessionária. Com relação ao volume de empresas de transporte rodoviário que conecta Foz do Iguaçu com outras regiões do país, bem como com outros países, são 16 as empresas nacionais interestaduais que operam Foz do Iguaçu e 4 empresas internacionais que conectam Foz do Iguaçu com países vizinhos, bem como com outras cidades brasileiras. O estado do terminal de embarque rodoviário não é bom, tampouco atende à demanda nacional e internacional. O número de embarque de passageiros no terminal rodoviário internacional de Foz do Iguaçu ultrapassou a média de 520.000 anual entre os anos de 2006 e 2009, o que poderá ser visualizado na tabela 1.

Tabela 1 - Fluxo de Passageiros: Via Modal Rodoviário

Ano	Embarques	Desembarques	Emb/Desemb	%
<b>2000</b>	649.806	549.929	1.199.735	-2,0
<b>2001</b>	609.451	566.612	1.176.063	
<b>2002</b>	576.735	534.362	1.111.097	-5,5
<b>2003</b>	610.757	579.176	1.189.933	7,1
<b>2004</b>	617.901	560.593	1.178.494	-1,0
<b>2005</b>	720.568	648.707	1.369.275	16,2
<b>2006</b>	576.052	566.520	1.142.572	-16,6
<b>2007</b>	528.014	468.626	996.640	-12,8
<b>2008</b>	582.740	490.900	1.073.640	7,7

<b>2009</b>	579.721	465.154	1.044.875	-2,7
<b>2010</b>	609.793	502.805	1.112.598	6,5
<b>2011</b>	658.435	502.769	1.161.204	4,4
<b>2012*</b>	547.533	437.134	984.667	-

Fonte: SMTU/Foz - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

Somado ao expressivo fluxo do seu terminal aeroportuário, o Turismo Rodoviário compreende um dos nichos da atividade turística local. De acordo com o Estudo da Demanda Turística de Foz do Iguaçu realizado no decorrer de 2012 pela Secretaria Municipal e Estadual de Turismo, em parceria com instituições locais, identificou-se que 21,4% dos turistas entrevistados optam pelo uso de ônibus de linha como meio de transporte para visitar Foz do Iguaçu.

A série histórica apresentada na tabela acima mostra que o fluxo de passageiros via moda rodoviário se manteve constante, tendo um pequeno decréscimo no ano de 2007, possivelmente em razão do início do rigor na fiscalização da Receita e Polícia Federal quanto ao comércio de mercadorias importadas, especialmente as oriundas do Paraguai, uma vez que muitos daqueles que eram chamados de “turistas compristas” faziam uso desse modal em suas viagens. Outro fator foi o aumento de companhias aéreas operando o Destino Iguaçu, resultante numa concorrência pelos passageiros por meio da oferta de bilhetes aéreos promocionais com o custo similar ao do transporte via modal rodoviário.

A Área Turística é atendida pelo Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu, beneficia-se também pela proximidade com dois outros aeroportos: Aeroporto Internacional Guarani em *Minga Guazu*, no *Paraguay*, cerca de 30 km de Foz do Iguaçu e o Iguazu Internacional Aeroporto em *Puerto Iguazu*, na Argentina, cerca de 7 km do centro de Foz do Iguaçu.

O aeroporto opera por instrumentos e visualmente, e tem recebido voos fretados de vários continentes. Em sua pista pousam aeronaves como o jumbo 747/100 e jumbo 747/200. Em Foz do Iguaçu operam em média 19 voos diários, com predominância da empresa Gol, TAM e TRIP, além das empresas SOL e PLUNA. Sua situação geográfica faz, naturalmente, a porta brasileira do Mercado Comum do Sul – MERCOSUL. Futuramente, será também porta de entrada e saída obrigatória pelo corredor bi-oceânico central (SETUR, 2013).

Tabela 2 - Fluxo de Passageiros: Via Aérea

Ano	Embarques	Desembarques	Emb/Desemb	%
2000	239.729	234.284	474.013	-1,2
2001	236.712	231.834	468.546	
2002	223.443	219.399	442.842	-5,5
2003	240.931	239.986	480.917	8,6
2004	303.667	294.086	597.753	24,3
2005	412.968	404.760	817.728	36,8
2006	368.864	361.040	729.904	-10,7
2007	358.693	362.270	720.963	-1,2
2008	385.989	379.980	765.969	6,2
2009	406.631	401.088	807.719	5,5
2010	574.874	580.669	1.155.543	43,1
2011	838.722	851.804	1.690.526	46,3
2012	800.634	803.862	1.604.496	-

Fonte: SMTU/Foz - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

A tabela 2 apresenta uma série histórica do fluxo de passageiros, e ao ter seus números analisados, a mesma conta que o fluxo de passageiros no Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu de 2000 até novembro de 2012 apresentou um acréscimo de 1.130.483 embarques/desembarques.

O acesso ao PNI ocorre através da BR-469, que finaliza no parque. O trecho que liga o centro da cidade ao PNI está mal sinalizado e com problemas de pavimentação e iluminação. Já o acesso à Itaipu Binacional, com todos os seus atrativos, encontra-se em bom estado de manutenção. Os demais atrativos de Foz do Iguaçu como o Marco das Três Fronteiras, o Espaço das Américas, o Parque das Aves, as Pontes com o Paraguai e com a Argentina, e o Terminal Turístico de Três Lagoas possuem acesso pavimentado e uma fácil ligação com a área urbana de Foz (PDITS, 2011).

O sistema de transporte regular atual interliga Foz do Iguaçu com os municípios limieiros, com os principais centros emissores do Estado e País, além dos Países vizinhos da região trinacional. Desde 2006, Foz do Iguaçu, juntamente com a Argentina e Paraguai, formam o Roteiro *Iguassu Misiones* – elaborado com o objetivo de fortalecer e promover a integração turística com base na história de ocupação desse território, evidenciando e resgatando os aspectos socioculturais. No entanto, esse roteiro ainda tem pouca visibilidade no mercado.

Além disso, Foz do Iguaçu também atrai visitantes por estar próxima a um dos maiores centros de compras da América Latina, *Ciudad del Este*, no Paraguai.

Referente ao potencial hidroviário, conta com a presença de dois dos principais rios do Estado, o Rio Iguaçu e Rio Paraná. Em alguns pontos desses rios, é possível realizar passeios de barco, como também transporte para outros municípios, inclusive para o Paraguai e Argentina.

A cidade representa, hoje, um dos mais estruturados destinos brasileiros para a prática do turismo e lazer, com potencial para a prática do ecoturismo, turismo ecológico, esportes radicais, entretenimento, eventos, negócios, compras, considerado um dos mais importantes destinos turísticos do país e o principal da região do Paraná. Embora seja o lazer o principal motivador de viagem, os negócios realizados em Foz do Iguaçu também tem motivado significativamente o deslocamento dos visitantes, assim como visitas à casa de parentes e amigos (SETUR, 2013).

Considerando o mercado geográfico de procedência, pode ser verificado através dos dados da Embratur, do PNI (Parque Nacional do Iguaçu) e do ICVB (Iguassu Convention & Visitors Bureau), Foz é o segundo destino brasileiro que mais recebe turistas estrangeiros, sendo que a Argentina e o Paraguai são os países da América do Sul que mais emitem turistas para Foz do Iguaçu, seguidos da Espanha, Estados Unidos da América, França, Alemanha e Reino Unido. Apesar da queda expressiva das chegadas de argentinos ao destino, nas visitas ao PNI, originada pelo entrave da desvalorização do peso argentino frente ao real, esses continuam sendo a grande maioria, seguidos dos paraguaios e espanhóis.

Dessa forma, constata-se que Foz do Iguaçu é um destino singular e de interesse aos brasileiros, detendo larga importância no cenário internacional. Quanto ao mercado emissor nacional, destaca-se como principal emissor o próprio Estado do Paraná, com 42,9% em 2008, apresentando crescimento na participação relativa percentual de 14,3%, em relação a 2005. Na sequência, os maiores emissores nacionais foram os estados de São Paulo (12,2%) e de Santa Catarina (8,4%), Rio Grande do Sul e Minas Gerais (SETUR, 2013).

O Turismo de Negócios e Eventos é expressivo no município de Foz do Iguaçu. Atualmente, o Brasil ocupa o 7ª lugar no ranking da ICCA (International Congress & Convention Association) e Foz do Iguaçu, uma das cinco cidades brasileiras que mais recebem turismo de eventos nacionais e internacionais do tipo: congressos, seminários, simpósios, convenções, feiras, exposições e similares. Destacam-se o Encontro Cultivando Água Boa, Festival de Turismo das Cataratas, Foz Hair Internacional, Concurso do Dourado Assado e a Meia Maratona das Cataratas.

Em 2012, o país sediou cerca de 350 eventos internacionais, o que representa um crescimento de 15% em relação ao ano anterior. Desde 2003, quando a Embratur passou a cuidar exclusivamente da promoção do país no exterior, houve aumento de 390% no número de eventos internacionais realizados no país. Naquele ano, foram 82 eventos em apenas 22 cidades. De 2010 para 2011, houve um aumento de 275 para 304 eventos, representando um crescimento de 10%, acima do crescimento mundial do turismo (SETUR, 2013).

Foz do Iguaçu recebeu o Prêmio Caio, sendo eleita como o melhor destino do Brasil para a realização de eventos em duas oportunidades consecutivas, concorrendo com cidades como Florianópolis, Fortaleza, Manaus, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Considera-se que a escolha foi feita devido a ampla infraestrutura de equipamentos, com destaque ao Centro de Convenções de Foz do Iguaçu e aos serviços especializados. O município tem sua localização geográfica classificada como estratégica para a realização de eventos, uma vez que se encontra entre o centro, sul e sudeste do país, principais emissores de público participantes de eventos de âmbito nacional (SETUR FOZ 2013).

O destino sediou uma das mais importantes competições de esportes radicais do mundo, o X-Games Foz 2013. Considerada as olimpíadas das modalidades radicais, o evento foi realizado entre os dias 18 e 21 de abril de 2013, dentro do Parque Nacional das Cataratas do Iguaçu e no Parque Infraero. O evento captado em 2012, com apoio da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), é a versão latino-americana (as competições acontecem em seis cidades do mundo) dos jogos de verão, e será executado durante três anos consecutivos na cidade paranaense. A realização do X-Games em Foz do Iguaçu

faz parte de um esforço da Embratur para a captação de eventos internacionais, com o objetivo de aumentar a visibilidade do país no exterior.

O X-Games<sup>3</sup> é mais uma ação para complementar a série de eventos globais que acontecem no Brasil, como a Copa das Confederações e a Jornada Mundial da Juventude neste ano (2013); e os futuros eventos, a Copa do Mundo, em 2014; e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, em 2016. O crescente aumento de entrada de turistas estrangeiros no Brasil é o resultado de um trabalho feito em parceria entre governo federal, governos estaduais, as prefeituras, os empresários e os profissionais do turismo, que buscam consolidar o país como um importante destino turístico mundial. As ações do Governo, juntamente com a iniciativa privada, colocam o país em um novo patamar no mercado turístico internacional.

**Tabela 3 – Empresas Organizadoras e Prestadoras de Serviços para Eventos**

Empresas Organizadoras e Promotoras de Eventos	10
Prestadores de Serviços para Eventos (Buffet, Tradução,	32

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

**Tabela 4 – Espaços Para Realização de Eventos**

<b>Tipo de equipamento</b>	<b>Estabelecimentos</b>	<b>Salões</b>	<b>Capacidade</b>
Centro de Convenções	01	14	55.514
Salões e Auditórios (Hotéis)	27	155	30.591
Centros de Exposições (Hotéis)	02	06	11.400
Pavilhões (Hotéis)	01	03	5.000
Parques e Pavilhões de Exposição (CTG)	02	06	4.250
Teatros	02	02	645
Clubes Sociais, Esportivos e de Lazer	07	11	3.790
Associações / Entidades Filantrópicas	03	08	1.840
Instituições de Ensino	04	05	2.315
Outros*	16	28	18.957
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>238</b>	<b>134.302</b>

Nota: \*Outros correspondem a centros de convivência, confeitarias, restaurantes, danceterias, SESC e Espaço das Américas que dispõem de espaços para eventos.

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

<sup>3</sup> O X-Games é um evento de esporte anual, controlado e produzido pela ESPN, Inc., empresa multinacional líder em entretenimento esportivo multimídia no mundo, que se concentra em esportes de ação (radicais). Os X-Games foi criado em 1995, nos Estados Unidos, com o nome The Extreme Games. Considerado a Olimpíada de Esportes Radicais atualmente, o evento é reconhecido no mundo todo, tornando-se uma referência em esportes de ação. Serão disputadas 15 competições dentro das modalidades Skate, BMX, Moto X e Rally.

Além de seus atrativos principais, as Cataratas do Iguaçu e Itaipu Binacional, o município possui monumentos que refletem as diversas origens e tradições religiosas de sua população, composta por mais de setenta e quatro etnias, com potencial para despertar o interesse e motivar o deslocamento do turista especialmente para conhecê-los. As Cataratas do Iguaçu foram eleitas como uma das Novas Sete Maravilhas da Natureza, e será celebrado o Centenário de Foz do Iguaçu em 10 de junho de 2014, ano em que o país recebe o Mundial de Futebol. Viajar para o Brasil supera a expectativa de um em cada três estrangeiros, e que 96% dos turistas internacionais manifestaram desejo de voltar ao país.

O destino apresenta considerável importância, não só no cenário turístico nacional e internacional, mas para o desenvolvimento e a integração do Brasil com o Mercosul, a comunidade andina e toda a América Latina.

Segunda melhor atração turística do Brasil, de acordo com opinião dos leitores do portal Viaje Aqui, a Revista Viaje e Turismo e o Guia Quatro Rodas. O sétimo melhor destino de Ecoturismo pelo Guia o Melhor de Viagem 2008, melhor destino do interior do país segundo o Ministério do Turismo, Melhor destino estrangeiro para o Reino Unido, segundo o Jornal The Guardian-Londres, 2009 e 2010. Primeiro lugar no Ranking dos 14 Destinos mais Românticos do Mundo pelo portal da rede CNN, em 2009, em comemoração ao Valentines Day (Dia dos Namorados, comemorado em muitos lugares do mundo no mês de fevereiro), eleita como uma das Sete Maravilhas da Natureza.

Figura-se em primeiro lugar dentre as cidades não capitais no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, realizado pelo Ministério do Turismo e pela Fundação Getulio Vargas (FGV), em cinco Dimensões: Acesso, Serviços e Equipamentos Turísticos, Marketing e Promoção do Destino, Capacidade Empresarial e Aspectos Ambientais, considerado “Destino Turístico Nacional” na 25ª Edição do prêmio “Os 10 mais do turismo nacional”, pela Revista Brasil Travel News, recebeu o Prêmio Caio da Década (diamante) - Destino de Eventos de Médio Porte pela Revista dos Eventos. Considerado Melhor Atrativo do Brasil pelo Guia Abril 4 Rodas; I Chamada para premiação das melhores práticas dos 65 destinos

Indutores – Ministério do Turismo, quatro cases premiados nas dimensões: Acesso, Atrativos Turísticos, Marketing e Promoção do Destino e Capacidade Empresarial, O case Destino Iguaçu – A Gestão Integrada do Turismo” recebeu o Prêmio TOP de Marketing 2010 na categoria Hotelaria, Turismo e Cultura pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil – Seção Paraná (ADVB-PR) (SETUR, 2013).

Patrimônio Natural da Humanidade, tombado pela UNESCO, no Parque Nacional do Iguaçu, no Brasil, e no Parque Nacional *Iguazú*, na Argentina, encontra-se um cânion de 2.700 m de largura, com 275 saltos, as Cataratas do Iguaçu que deslumbram os visitantes pela exuberância do encontro da mata, rocha e água em um cenário inesquecível e nas noites de lua cheia, as quedas d’água ganham um visual especial sob a luz do luar, formando um arco-íris de beleza única. Existem diversas outras atrações como o Macuco Safari, que dá ao turista a oportunidade de observar as Cataratas, através de um passeio de barco, o Cânion Iguaçu oferece atividades radicais, como arvorismo com tirolesa, rafting nas corredeiras do Rio Iguaçu, rapel de 55 m de altura e escalada nos paredões de rocha com vista panorâmica das Cataratas, além do passeio do Macuco Ecoaventura, passeio ecológico para conhecer as espécies específicas do local.

A Itaipu Binacional deu uma importante contribuição para o destino quando definiu em sua missão que além da geração de energia, também impulsionaria o desenvolvimento econômico, turístico e tecnológico, sustentável, no Brasil e no Paraguai. Na prática, a reestruturação do Complexo Turístico Itaipu, com a criação de novas possibilidades de visitas, resultou em um expressivo acréscimo no número de visitantes, somado ao aumento da permanência de tempo do turista na cidade.

A Itaipu Binacional oferece passeios como visita panorâmica da Itaipu Binacional, através da qual é possível ter uma visão externa da usina hidrelétrica, o Polo Astronômico, o Ecomuseu de Itaipu (Turismo Cultural), é possível ficar sabendo mais sobre a história e os projetos ambientais conduzidos pela empresa, o Refúgio Biológico Bela Vista oferece roteiros com lições de educação ambiental e caminhadas pela floresta nativa, bem como o Lago, que proporciona atividade de competição esportiva no Canal da Piracema, exemplificando o compromisso

de Itaipu com o meio ambiente: uma obra arquitetônica que permite aos peixes do Rio Paraná superarem a barragem para seguir em direção às áreas de reprodução.

Cidade cosmopolita oferece, também, importante diversidade cultural oriunda de mais de 80 etnias, sendo as mais representativas a libanesa, chinesa, paraguaia e argentina. Na cidade de Foz do Iguaçu, a colônia mais forte é a árabe, que monopoliza boa parte do comércio de *Ciudad del Este* e convive com outras etnias sem nenhum problema, como é de característica da sociedade brasileira de conviver e aceitar bem as múltiplas religiões e culturas. Merecem destaque a arquitetura religiosa com a Igreja Matriz, O Templo Budista e a Mesquita Muculmana.

O destino possui um número significativo de estabelecimentos gastronômicos, com perfil para atender a turistas de todas as faixas sociais, culturais e poder de consumo, como exemplos, restaurante chinês, japonês, italiano, entre outros. Segundo o Inventário SMTU (2012), a cidade tem a capacidade efetiva de atender, simultaneamente, 23.566 visitantes distribuídos nos mais de 234 estabelecimentos gastronômicos, conforme tabela 5. Um aspecto relevante é o alinhamento das expectativas, ou seja, os padrões mínimos de qualidade que devem ser respeitados durante a experiência turística nos serviços turísticos, na infraestrutura básica, nos recursos humanos, no entorno geográfico do destino.

Tabela 5– Equipamentos Gastronômicos de interesse turístico

Tipo de Estabelecimento	Quantidade	Capacidade de
Bares	18	1.080
Confeitarias/Cafeterias	19	653
Lanchonetes/Casas de	33	1.655
Restaurantes/Churrascaria	94	13.239
Restaurantes de Hotéis	36	5.769
Sorveterias	05	292
Pizzarias	15	824
Pastelarias	02	54
Quiosques/Barracas/Outro	12	0
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>23.566</b>

Nota 1: Estabelecimentos de interesse turístico / 2: Capacidade de pessoas atendidas sentadas  
 Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012.

Outros atrativos complementares se destacam como a foz do rio Iguaçu (Marco das Três Fronteiras), Parque das Aves, Ponte Internacional da Amizade (divisa entre Brasil e Paraguai), Ponte Internacional da Fraternidade (divisa entre Brasil e Argentina, e o turismo de compras representado pelo comércio de produtos importados em *Ciudad Del Este*, esta cidade paraguaia vizinha a Foz do Iguaçu, e a cidade vizinha do país argentino, *Puerto Iguazú*.

Possui 149 agências de viagens, 54 emissivas e 121 receptivas, 31 transportadora de veículos, 6 locadoras de automóveis, 1.618 veículos cadastrados para atender a turistas.

Um dos elementos que mais influem no processo de decisão quanto à escolha do destino Iguassu é seus atrativos, tanto para mercado nacional como internacional, acrescido o nacional do fator distância a percorrer, tendo em vista o meio de transporte preferencial ser terrestre e facilidade de acesso. Também fundamental considerar as expectativas referentes aos padrões de qualidade no que diz respeito a atrativo, segurança, transporte, competência técnica e atitude dos prestadores de serviços. Esses fatores irão construir a imagem e reputação do destino.

Foz do Iguaçu possui a imagem de um destino consolidado no mercado nacional e internacional, proveniente de um esforço de gestão integrada, desde o ano de 2007, através de participação em feiras nacionais e internacionais, exposição constante nas mídias, destacando-se as seguintes ações: Projeto Foz do Iguaçu Destino do Mundo, Campanha Vote Cataratas e Campanha Temporada Boa em Foz.

A maior parte dos turistas utiliza os hotéis como meio de hospedagem seguido da casa de parentes e amigos. Esse público de turistas formado predominantemente por famílias permanece uma média de 2,6 dias e tem gasto médio per capita de U\$ 68. De acordo com a última pesquisa realizada, no feriado de carnaval a média de ocupação foi de 3,1 dia permanência (Setur 2013).

Também se destaca pela infraestrutura turística e serviços que oferecem, como hotéis, restaurantes com padrão internacional, casas de show, shopping center, sistema de transporte eficiente, aeroporto internacional servido pelas principais companhias aéreas nacionais e locais para a realização de

eventos, reunindo todas as condições de se transformar numa porta de entrada e saída do Brasil pela Costa Oeste, permitindo rápida ligação, por Lima ou Santiago, aos Estados Unidos, Caribe, China, Índia, Coreia do Sul, Austrália e Japão.

**Tabela 6 - Espaços de Lazer e Entretenimento**

<b>Tipo</b>	<b>Quantidade</b>
Parques Diversões /Temáticos/Aquáticos	02
Praças (principais)	06
Pesque-pagues	09
Balneários	02
Clubes Sociais, Esportivos e de Lazer	11
Estádios / Campos de futebol	22
Ginásios de Esportes	29
Pistas de Kart	01
Pistas de Boliche	02
Campos de Golfe	01
Quadras de Tênis	03
Passeios de Helicóptero	01
Passeios de Bicicleta	01
Outras Instalações Desportivas e de	05
Danceterias	03
Casas de Shows	02
Escolas de Samba	07
Cinema	02
Teatros	02
Outros Locais de Espetáculos Públicos	02
Recreação Infantil	03

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

Foz do Iguaçu possui um dos parques hoteleiros mais desenvolvidos do Brasil, considerado sua capacidade, diversidade e diferenciais. Possui 26.989 leitos, distribuídos em 189 estabelecimentos, visualizado na tabela apresentada.

Tabela 7 - Estabelecimentos por modalidade, UH's e leitos

TOTAL GERAL				
Estabelecimentos por Categoria		UH's	Leitos	UH Adap.
115	Hotéis	9.051	23.184	192
47	Pousadas	767	2.660	22
2	Albergues	52	223	0
2	Cama e Café	7	24	1
1	Flat	42	97	0
20	Motéis	391	801	14
02	Campings	...	...	...
Total de estabelecimentos: 189		10.310	26.989	229

Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

Ao analisar os dados apresentados na Tabela, é possível identificar o crescimento de estabelecimentos do tipo Pousadas, Hostel, e Cama & Café, chegando ao patamar de cerca de 280% de aumento na última década. Ao analisar os fatos históricos do turismo de Foz do Iguaçu, percebe-se que o crescimento desse tipo de equipamento deu-se face a duas variáveis:

- Mudança do perfil do turista que visita Foz do Iguaçu nos últimos seis anos. Considera-se que até 2003-2004 o grande movimento do turismo doméstico de Foz do Iguaçu era composto por turistas de compras. Hoje, o perfil do turista que visita Foz do Iguaçu é aquele que viaja acompanhado de sua família, buscando lazer e também compras;
- Foz do Iguaçu é hoje o segundo destino mais procurado por turistas estrangeiros, cuja motivação de viagem é o lazer (EMBRATUR, 2011).

Alguns serviços são disponibilizados especificamente para os turistas como Postos de Informações ao turista (PIT), sistema Teletur (informações turísticas por telefone), Localizados: (1) Aeroporto Internacional, (1) rodoviária Internacional, (1) terminal de transporte urbano (1) Secretaria onde funciona o serviço de informações turísticas via toll free 0 800 451516. Possui também Departamento de Imigração da Polícia Federal (localizado nas Aduanas com Paraguai e Argentina), Centro de Atendimento Integrado ao Turista e à Mulher, e o patrulhamento nas vias que compõem o corredor turístico é feito pela Guarda Municipal.

A construção da imagem de um destino não é algo tão simples. Ter atrativos naturais ou construídos pelo homem não é suficiente para a consolidação do destino, também não basta que este seja ofertado amplamente pelos operadores de turismo ou simplesmente estar na mídia 365 dias do ano. É preciso que todas essas ações sejam cuidadas simultaneamente. É preciso que o ofertado seja exatamente o que é encontrado pelo turista, é preciso que as pessoas que habitam esse destino o valorizem, para que o destino também seja valorizado pelos visitantes, é preciso estratégia no plano de marketing, segmentar a comunicação para cada um dos públicos que os interessam, é preciso levar ao turista a credibilidade para atingir o conhecimento.

Foz do Iguaçu tem no turismo um dos principais pilares da economia local. O setor exerce forte influência na economia do município, atingindo um PIB de 4,8%, número relativamente superior às respectivas participações do turismo no PIB paranaense (2,9%) e no PIB brasileiro (3,5%). Se retirada a compensação da Usina Binacional de Itaipu do PIB municipal, a participação do PIB turismo no PIB municipal atinge números ainda maiores, praticamente dobrando de valor (8,2%). Tal relevância do turismo na economia do município configura o setor como um importante gerador de emprego, produto e renda municipais (SETUR, 2013). Ao promover a implantação de projetos relevantes ao desenvolvimento turístico, Foz do Iguaçu possibilitará aumento do número de empregos e da arrecadação de tributos, inclusão social e melhoria da qualidade de vida da população.

De acordo com estudos desenvolvidos em 2011 pelo Instituto Polo Internacional Iguassu (POLOIGUASSU), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) e Secretaria de Turismo do Paraná (SETU – PR), um em cada quatro empregos gerados em Foz do Iguaçu tem como origem atividades relacionadas ao turismo. A massa salarial das atividades características do setor representou cerca de 13,4% de toda a massa salarial do município em 2010, participação esta muito superior às suas similares em termos estadual e nacional (3,9% e 4,6%, respectivamente).

A tabela 8, na sequência exemplificada, mostra o aumento na arrecadação de ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza) em Foz do Iguaçu por parte das atividades Características do Turismo ACT's, permitindo

analisar comparativamente o desempenho turístico em relação aos demais setores econômicos no destino ao longo do período entre 2007 e 2011, permitindo perceber que o município se encontra em um momento favorável para investimentos no segmento.

Tabela 8 - Participação das Atividades Características do Turismo (ACTS) na arrecadação de ISSQN

Valores/Ano	2007	2008	2009	2010	2011
<b>TOTAL DAS RECEITAS DE ISSQN DO MUNICÍPIO</b>	17.382.940,85	20.336.160,72	22.954.369,74	32.079.368,44	36.471.410,74
<b>TOTAL ARRECADADO – TURISMO</b>	4.876.968,12	5.422.141,13	5.518.783,89	8.239.538,72	10.777.137,88
<b>ISSQN GERADO NO TURISMO - %</b>	<b>28,1%</b>	<b>26,7%</b>	<b>24,0%</b>	<b>25,7%</b>	<b>29,5%</b>

Fonte: Secretaria da Fazenda Tratamento de Dados: SMTU – Departamento de Desenvolvimento de Turismo (Julho/2012)

A tabela 9, apresentada na sequência aponta que dos empregos gerados em 2012, o setor hoteleiro de Foz do Iguaçu é o setor que mais absorve a força de trabalho local, vindo em seguida os estabelecimentos gastronômicos de interesse turístico, que juntos absorvem 57% do total de 14.598 empregos formais gerados no setor. Os dados apresentados são oriundos do Inventário da Oferta Turística do Município, realizado nos meses de outubro e novembro de 2012. No que se refere aos empregos gerados no setor gastronômico, importante ressaltar que a pesquisa do inventário contempla somente estabelecimentos entendidos como de interesse turístico, e que estejam nos corredores turísticos.

Tabela 9 – Números de Empregos Diretos no Segmento Turístico – Nov;2012

	Permanentes	Temporários	Deficientes	
Agências de Turismo	849	144	0	993
Meios de Hospedagem	4.762	146	25	4.908
Gastronomia	3.270	165	18	3.435
Atrativos	555	53	8	608
Lazer e Entretenimento	609	89	1	698
Eventos	1.124	46	1	1.170
Lojas de Artesanato	118	1	0	119
Artesãos (Projeto Ñandeva)	36	0	0	36
Sistema de Transporte	930	61	6	991
Taxistas *	376	320	0	696
Guias de Turismo **	837	0	0	837
Associações/Entidades/Órgãos de Turismo	51	3	0	54
Secretaria de Turismo	39	14	0	53
Total Geral	13.556	1.042	59	14.598

Fonte SMTU – Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu (SMTU) - Inventário da Oferta Turística - Edição 2012

Nos últimos cinco anos, o setor hoteleiro de Foz recebeu investimentos da ordem de R\$ 261.400.000,00. Desse montante, 30,33% (R\$ 66.900.000,00) foram investidos em reformas e ampliações dos equipamentos já existentes. Os demais 69,67% do montante (R\$ 194.500.000,00) referem-se a implantação de novos empreendimentos hoteleiros. Os Investimentos resultarão em uma ampliação da capacidade hoteleira de 2.930 UHs e cerca de 7 mil novos leitos/dia, que somados aos quase 27 mil já existentes, no ano de 2014 o parque hoteleiro de Foz do Iguaçu terá em torno de 34 mil UHs (SETUR FOZ, 2013).

De acordo com a SETUR FOZ (2013) alguns fatores são considerados determinantes para esse cenário:

- A implementação da Gestão Integrada do Destino Iguaçu em 2007, que representou um novo modelo de gestão dos interesses do turismo local e a definição de novas estratégias de mercado pela Gestão Integrada, com a escolha dos mercados emissores prioritários;

- A ampliação do número de voos regulares para Foz do Iguaçu, que contribuiu para o aumento contínuo e consistente do número de turistas. Em 2006, o Aeroporto Internacional Foz do Iguaçu/Cataratas operava apenas 14 voos diários, e em 2011 o número de movimentos alcançou 45 operações diárias, com volume de passageiros na casa de 1,7 milhão de pessoas;
- Em 2 de dezembro de 2012 o número de embarques e desembarque foi de 1.617.754 pessoas, 3,61% a mais que no mesmo período do ano anterior.
- A implantação da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), com projeto arquitetônico assinado por Oscar Niemeyer e com previsão de atender 10 mil alunos brasileiros e latino-americanos vai transformar Foz do Iguaçu num polo de conhecimento e de atividades acadêmicas. Por outro lado, a construção do Linhão de 500 kV, ligando Itaipu a Assunção, vai permitir a instalação de grandes empresas eletrointensivas, brasileiras e estrangeiras, promovendo desenvolvimento industrial da região do Alto Paraná até Assunção.
- O título de uma das novas sete maravilhas da natureza. A escolha para as novas Sete Maravilhas da Natureza foi iniciada em 2007, com a participação de 440 atrações de 200 países e territórios, que se encerrou em novembro de 2011. A eleição contribuiu para que as Cataratas se tornassem um dos destinos turísticos de excelência do mundo. Os números de visitação comprovam a procura pelo roteiro.
- Também merecem atenção especial a realização do X-Games, Copa do Mundo no Brasil, em 2014, e a realização das Olimpíadas de 2016. O Brasil será vitrine para o Mundo, e torna-se necessário que Foz do Iguaçu capitalize essa oportunidade, aumentando seu fluxo turístico e sua potencialidade para Foz do Iguaçu – Destino do Mundo, despontando cada vez mais como o melhor destino para se visitar.

A Gestão Integrada do Destino Iguaçu – GIDI, que tem como objetivo prioritário traçar estratégias para chegar onde se almeja, elencar propostas efetivas e priorizadas que venham contribuir para o desenvolvimento do turismo sustentável da região, tem sido a articuladora desse processo.

O turismo constitui-se, antes de tudo, numa obra coletiva, sistêmica e de grande sinergia, capaz de funcionar como mola propulsora do

desenvolvimento econômico, social e cultural de um destino turístico. Nessa perspectiva, os gestores públicos e privados de Foz do Iguaçu compreenderam que o desenvolvimento turístico local passa, preponderantemente, pela mobilização e pela parceria na tomada das decisões estratégicas, tanto no que concerne à articulação política, como na gestão técnica da atividade. Como resultado de tal entendimento, no ano de 2007 foi implementada a Gestão Integrada do Destino Iguaçu (GIDI), que representa um novo modelo de gestão para o turismo no destino, pautado numa maior sinergia entre o Poder Público e a Iniciativa Privada.

A Gestão integrada trabalha com alguns eixos de atuação:

### **Gestão**

- Melhoria dos padrões de eficiência no setor de turismo;
- Promoção e articulação interinstitucional entre os diversos entes que influenciam o turismo de Foz do Iguaçu;
- Acompanhamento na disciplinização e normatização das organizações atuantes no setor de turismo;
- Gestão coletiva e consensual das atividades, onde o processo decisório é norteado pela sinergia de ações e pela conformidade de papéis entre os entes da Gestão Integrada;
- Alinhamento de políticas voltadas para fins comuns;
- Alinhamento com a Política Municipal de Turismo, com o Plano Municipal de Turismo e com as demandas priorizadas no âmbito do Conselho Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu – COMTUR;
- Alocação equânime de recursos humanos, técnicos e financeiros.

### **Ações Estruturantes**

- Desenvolvimento da infraestrutura turística;
- Incentivo à qualificação da prestação de serviços turísticos;
- Promoção da educação para o turismo no destino;
- Contribuição institucional, técnica e financeira para o controle de impactos decorrentes do desenvolvimento do turismo no município;

- Desenvolvimento de um planejamento estratégico plurianual da área de turismo;
- Proteção dos recursos naturais, sociais e culturais dos quais depende a atividade turística;
- Ordenamento da oferta turística no destino;
- Melhoria da infraestrutura necessária ao desenvolvimento do turismo em Foz do Iguaçu.

### **Ações de Marketing e Mercado**

- Divulgação e promoção institucional do destino turístico voltadas a mercados emissores consolidados ou potenciais;
- Prospecção de novos mercados nacionais e internacionais;
- Diversificação do produto turístico com ênfase na integração regional, nos recursos culturais, patrimoniais e ambientais;
- Gestão integrada dos produtos turísticos com enfoque no crescimento sustentável da demanda e na sustentabilidade dos territórios;
- Busca e prospecção de novos mercados;
- Potencialização dos mercados existentes.

### **Fomento**

- Estímulo e orientação para investimentos privados em turismo e para a geração de novos negócios turísticos;
- Captação de recursos para investimento no setor de turismo;
- Atuação organizacional conjunta para captação de recursos e de investimentos públicos e privados;
- Potencialização e aumento dos recursos oriundos de contribuições voluntárias, taxas associativas e room tax;
- Estímulo à distribuição equitativa de benefícios gerados pelo turismo no destino como estratégia de consolidação da ação. A figura 5 exemplifica a Gestão no Integrada do Destino Iguaçu.

## Gestão Integrada do Destino Iguaçu

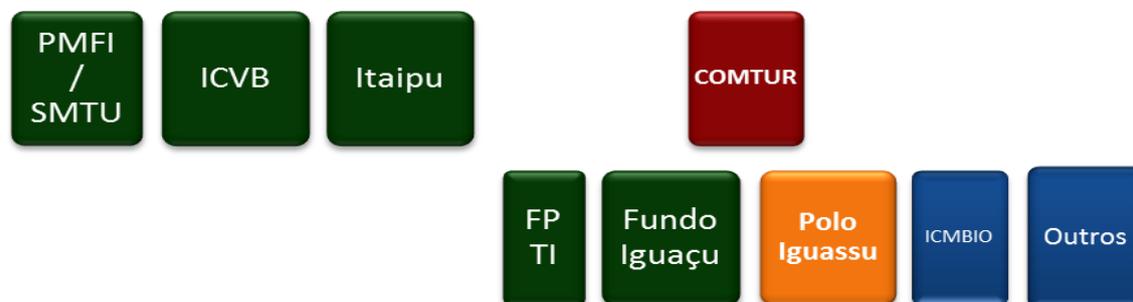


Figura 5 - Arranjo institucional  
 Fonte: SETUR 2013.

Para melhor entendimento da figura 5, na sequência serão apresentadas as Propostas, Papéis Estratégicos e Responsabilidades dos envolvidos, de acordo com a Setur, 2013.

**Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu - Secretaria Municipal de Turismo -** articular a Gestão Integrada do Destino Iguaçu, objetivando atender ao marco legal próprio da administração pública e os pressupostos da iniciativa privada, proporcionando a melhoria na relação entre os diversos atores das esferas municipal, estadual, federal e do setor privado, potencializando novos investimentos e buscando atingir os resultados definidos nas diretrizes de desenvolvimento do turismo. Ser a integradora estratégica e operacional da Gestão Integrada do Destino Iguaçu. Política Nacional de Turismo/Impressão de

materiais gráficos/Locação de Espaços para montagem dos Stands em feiras nacionais/Captação de recursos públicos e atração de investimentos/Recursos Humanos/Apoio técnico, e outros que sejam possível de acordo com a lei/Escritório de Gerenciamento de Projetos do Destino Iguaçu.

**ICVB - Iguassu Convention & Visitors Bureau** - aproximar os agentes privados do mercado, que na cadeia produtiva do turismo se beneficiam, considerando empresas direta ou indiretamente relacionadas ao setor de turismo, mantenedoras da entidade. Atuar na captação e operacionalização de eventos. Apoiar e deliberar sobre estratégias de marketing e fomento do Destino Iguaçu. Operacionalização Geral das ações do destino/Recursos humanos para feiras e eventos/Captação e apoio a eventos/relacionamento com o mercado/organização de Famtours/Fampress/Workshops/Operacionalização do Fundo Iguaçu.

**Itaipu Binacional** - articulação e mobilização com os governos e órgãos estaduais e federais em ações que permitam a captação de recursos para aplicação em projetos nas áreas de marketing e estruturantes, cumprindo sua Política Institucional por meio da geração de novos empregos e aumento da renda regional através do turismo pelo crescimento da demanda no destino. Entidade de fomento do turismo. Criação de conteúdo publicitário e promocional/Produção de novos materiais e veiculação das peças publicitárias, promoção, marketing, divulgação em mídia escrita, televisiva, redes sociais, montagem e desmontagem de estandes em feiras nacionais.

**COMTUR - Conselho Municipal de Turismo**<sup>4</sup> - órgão consultivo, normativo e deliberativo, que opera por consenso, sem hierarquia e respeitando a autonomia das instituições que o compõem. Colegiado técnico, permanente, integrado por representantes do setor turístico local com o objetivo de manter um fórum

---

<sup>4</sup> São *membros* efetivos do COMTUR de Foz do Iguaçu: ABAV, ABIH (Delegacia Regional), ACIFI, AGETURFI, ATRIFI, Câmara Municipal de Vereadores de Foz do Iguaçu, Capitania Fluvial do Rio Paraná, Centro de Convenções de Foz do Iguaçu, Fundação Cultural de Foz do Iguaçu, IC&VB, ICMBIO (Instituto Chico Mendes), FOZTRANS, Instituto Polo Internacional Iguassu, ITAIPU Binacional, FPTI, SETU, SEBRAE, SECHSFI (Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro e Similares de Foz do Iguaçu), SHRBSFI (Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Foz do Iguaçu), SINDETUR (Sindicato das Empresas de Turismo de Foz do Iguaçu), SINGTUR, SINDILOJAS (Sindicato Patronal do Comércio Varejista de Foz do Iguaçu e Região), SMPU (Secretaria Municipal de Planejamento Urbano), SMTU, UDC (União Dinâmica de Faculdades Cataratas), UNIOESTE.

permanente de discussão e consultas públicas para incentivar o turismo no Município.

**FPTI - Fundação Parque Tecnológico de Itaipu** - apoiar ações da Gestão Integrada, através da execução de convênios que busquem a melhoria de qualidade da gestão e a execução de atividades de suporte a projetos de capacitação, engenharia, arquitetura, gestão e atividades afins do setor turístico. Fomentar através de projetos o desenvolvimento socioeconômico da região. Apoiar e potencializar as estratégias e objetivos da gestão integrada através de ações pontuais de articulação e fomento.

**Fundo Iguaçu** - trabalhar na captação de recursos com aplicação em projetos estruturantes, de fomento e promoção do Turismo a partir de uma gestão participativa junto a comunidade e as entidades que o compõem. Propor e deliberar sobre as estratégias e objetivos da Gestão Integrada do Destino Iguaçu.

**Instituto Polo Iguaçu** - ser o braço técnico da Gestão Integrada, desenvolvendo ações que promovam uma atuação qualificada e eficiente na elaboração de projetos para captação de recursos; implementar sistemas de gestão e avaliação da qualidade de produtos e serviços turísticos; desenvolvimento de metodologias de qualificação profissional; monitoramento dos impactos da atividade turística e formulação e monitoramento de indicadores.

Foz do Iguaçu tem capacidade de distribuição do fluxo de turistas para os outros municípios da região. Atualmente possui a imagem de um destino consolidado no mercado nacional e internacional, que conhece o destino. Após a exposição constante na mídia e nas ações de mercado (feiras/eventos), desde 2007, facilitou-se o acesso, conseguiu ser inserido e renovado nas prateleiras das agências de viagens. Em 2001, apenas 22,6% dos visitantes consideravam a cidade como turística; e, em 2008, 74,1% dos visitantes valoram Foz do Iguaçu como uma cidade turística, antes de outros aspectos como o ecológico (que era maioria em 2011, 43,8%).

**CODEFOZ** - é o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social de Foz do Iguaçu, que tem por objetivo, formular e fazer executar as políticas de desenvolvimento econômico, atuando nos termos da Lei nº 4.041 de 12 de novembro de 2012, buscando o intercâmbio permanente com os demais órgãos

municipais, estaduais e federais, organismos internacionais e instituições financeiras. O CODEFOZ é composto de 12 câmaras técnicas setoriais. A SMTU, através do seu Secretário, é representada no plenário, e faz parte da câmara técnica de turismo, onde são debatidos os problemas e a formulação de metas do setor. Alguns projetos já estão sendo elaborados com a colaboração de outras câmaras técnicas, tais como: BEIRAFOZ, Marco das Três Fronteiras, praças da cidade e duplicação da estrada das Cataratas. Além do Conselho, foi criado também o Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social - FMDES, destinado à captação e à aplicação de recursos, visando ao desenvolvimento econômico do município de Foz do Iguaçu.

**PROFOZ – Núcleo integrado de Gerenciamento de Projetos:** no início de 2013, acompanhando a nova gestão política, Foz teve uma conquista, a criação do Núcleo Integrado de Gerenciamento de Projetos, que consiste no resultado dos esforços empreendidos pelas entidades que compõem a Gestão Integrada do Turismo do Destino Iguaçu. Seu objetivo é contribuir para o desenvolvimento do turismo no destino em todas as suas dimensões e apoiar o crescimento e fortalecimento do setor. O caráter multi-institucional do PROFOZ somado aos agentes que o compõem o torna a principal ferramenta de planejamento, elaboração e monitoramento das demandas, ações e projetos turísticos, é o novo marco do desenvolvimento do Destino Iguaçu. A centralização dos dados ocorre em um único núcleo administrativo, composto por técnicos da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu e do Instituto Polo Internacional Iguaçu. A Carteira de Projetos do PROFOZ, no período de 1º de julho a 31 de julho de 2013, teve como destaque os projetos trabalhados conforme segue o quadro 2:

Quadro 2 – Projetos em Desenvolvimento

Projetos em Desenvolvimento
1. Reestruturação da Rodoviária Internacional de Foz do Iguaçu
2. Revitalização do Marco das Três Fronteiras
3. Construção do Centro de Recepção de Visitantes - CRV de Foz do Iguaçu, do Portal de Entrada e do Terminal Rodoviário
4. Reforma e Revitalização do Espaço das Américas em Foz do Iguaçu
5. Revitalização da Praça da Paz
6. Estruturação da Praça da Bíblia
7. Revitalização do Corredor Turístico de Foz do Iguaçu - 1ª Etapa

8. Revitalização do Terminal de Transporte Urbano Pedro Antônio de Nadai de Foz do Iguaçu, Paraná
9. Revitalização da Área Central de Foz do Iguaçu – Batalhão e seu Contorno
10. Semana Mundial do Turismo – Edição 2013
11. Mirante da Ponte Internacional da Amizade
12. Promoção do Destino Nacional
13. Bairro Árabe
14. Planejamento Estratégico de Marketing da SMTU
15. Catedral
16. Observatório do Turismo
17. Inventário do Patrimônio Imaterial da Cultura Árabe
18. Estruturação do Turismo Religioso
19. Beira Foz
20. Criação de uma entidade complementar a SMTU
21. Concessão do CECONFI – Centro de Convenções de Foz do Iguaçu
22. Mercado Público

Fonte: A Autora, 2013

Os projetos elencados integrantes do PROFOZ são submetidos a financiadores nacionais e internacionais, conforme a identificação de editais e oportunidades pertinentes, mapeados por meio de pesquisas nos principais sites de notícias e assuntos relacionados à captação de recursos. O quadro 3, apresentado na sequência nomeia a relação de projetos que foram submetidos para fontes de financiamento identificadas no período:

Quadro 3 – Projetos Submetidos para fontes de financiamento

Projeto	Valor do Projeto	Financiador	Proponente
Revitalização da Área Central de Foz do Iguaçu - Batalhão e seu Contorno	1.100.000,00	MTur	PMFI
Revitalização do Corredor Turístico de Foz do Iguaçu - 1ª Etapa	5.300.000,00	MTur	PMFI
Construção do Centro de Recepção de Visitantes - CRV de Foz do Iguaçu, do Portal de Entrada e do Terminal Rodoviário	2.200.000,00	MTur	PMFI
Reforma e Revitalização do Espaço das Américas em Foz do Iguaçu	1.100.000,00	MTur	PMFI
Revitalização do Marco das Três Fronteiras	1.100.000,00	MTur	PMFI
Revitalização da Praça da Bíblia	1.100.000,00	MTur	PMFI
Estruturação da Praça da Paz	1.090.000,00	MTur	PMFI
Revitalização da Praça das Nações (Mitre)	1.100.000,00	MTur	PMFI
Reestruturação da Rodoviária Internacional de Foz do Iguaçu	1.100.000,00	MTur	PMFI
Revitalização do Terminal de Transporte Urbano Pedro Antônio de Nadai de Foz do Iguaçu, Paraná	550.000,00	MTur	PMFI

Semana Mundial do Turismo - Edição 2013	118.200,00	MTur	PMFI
Festival de Teatro de Foz do Iguaçu - Edição 2013	150.000,00	MTur	PMFI
Feira Internacional do Livro de Foz do Iguaçu - Edição 2013	150.000,00	MTur	PMFI
Carnaval Turístico de Foz do Iguaçu - CarnaFalls - Edição 2014	300.000,00	MTur	PMFI
Estruturação do Turismo Religioso	171.295,04	MTur	PMFI
Bairro Árabe	250.000,00	MTur	PMFI

Fonte: A Autora, 2013.

No total, foram 15 submissões, todas elas a editais públicos do Ministério do Turismo. Em reais, o PROFOZ já pleiteou mais de 14 milhões de reais. Desse total, R\$ 250.000,00 foram efetivamente captados por meio de uma Emenda Parlamentar, com articulação direta da Prefeitura Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu e um Deputado Federal. Esse recurso aguarda deferimento via sistema “Portal dos Convênios” do Governo Federal para sua utilização. As demais submissões ainda não tiveram parecer técnico emitido pelo Ministério de Turismo.

## 2.4 Parque Nacional do Iguaçu e Região de Entorno

Para um melhor entendimento sobre o objeto de estudo, será apresentado na sequência um descritivo sobre o Parque Nacional do Iguaçu e sobre o Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável nos municípios de entorno ao Parque Nacional do Iguaçu (PDTS. PNI). Considerando que o programa é uma iniciativa do PNI, e tem como objetivo o desenvolvimento sustentável dos municípios, com foco nesse momento para o município de Capanema, por se destacar entre os doze municípios que fazem parte do projeto, pela sua atual conjuntura turística, assim como pela sua potencialidade e envolvimento da comunidade local.

Na figura 6, apresenta-se o mapa regional do Parque Nacional do Iguaçu.

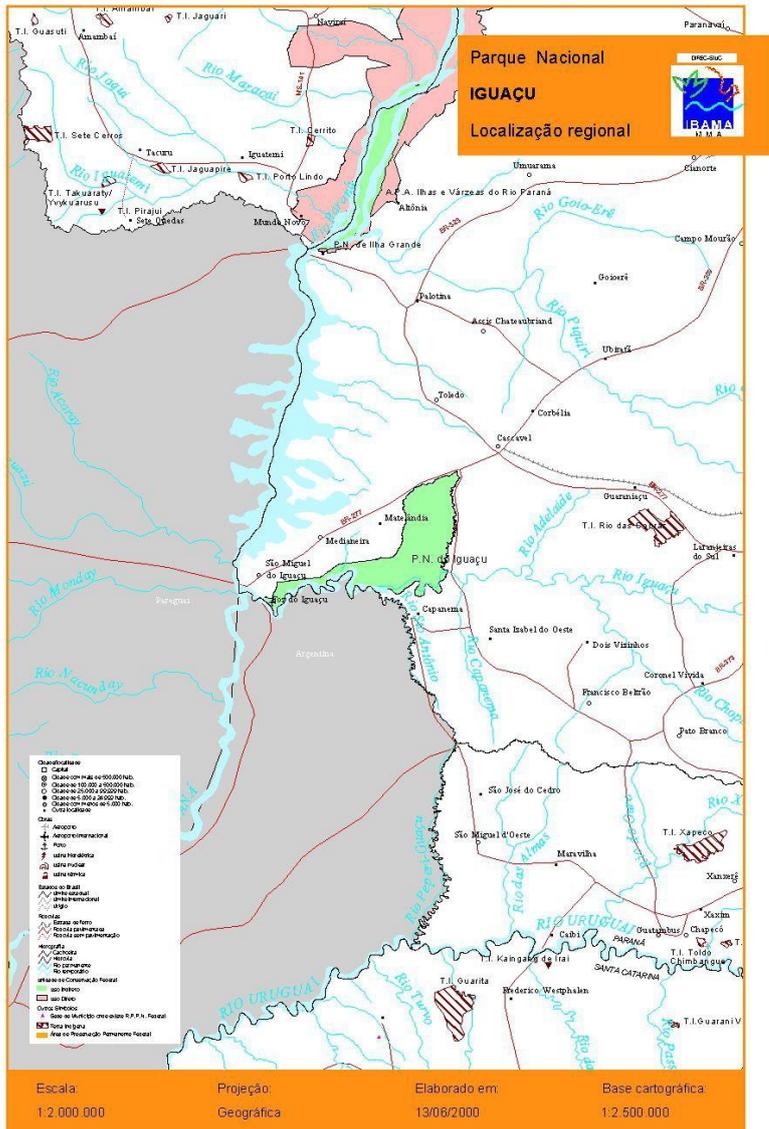


Figura 6 - Mapa regional do Parque Nacional do Iguaçu.  
 Fonte: Disponível em: <[http://www.cataratasdoiguacu.com.br/manejo/siuc/planos\\_de\\_manejo/pni/html/index.htm](http://www.cataratasdoiguacu.com.br/manejo/siuc/planos_de_manejo/pni/html/index.htm)>. Acesso em: 03/03/2013

### 2.4.1 Parque Nacional do Iguaçu (PNI)

Localizado no leste do estado do Paraná, seu início como parque se deu através de uma passagem de Alberto Santos Dumont, em 1916, pela região onde estão situadas as Cataratas do Iguaçu, que se encontravam em propriedade privada. Não concordando com a possessão, em sua partida prometeu aos moradores que teria uma conversa com o presidente para tornar o local público e protegido. Passados três meses, o Estado do Paraná declarou através do Decreto

nº 653, de 28 de julho de 1916, de utilidade pública aquela área, podendo se estabelecer uma povoação e um parque. A partir de então, com alguns processos de ampliações da área de conservação, pelo Decreto nº 1.035 de 10 de janeiro de 1939, assinado pelo presidente Getúlio Vargas, criou o PNI junto as Cataratas do Iguaçu.

O Parque Nacional, considerado Patrimônio Natural da Humanidade desde 1986, recebeu o primeiro Plano de Manejo direcionado aos Parques no Brasil, consagrando-o como o maior e mais importante parque da bacia do Prata. Abriga grande remanescente da floresta atlântica semi-decídua no Brasil e protege uma rica biodiversidade, que consiste na representação de espécies de fauna e flora brasileiras em uma superfície total de 185.262,5 hectares, com um perímetro de aproximadamente 420 km, dos quais 300 km são limites naturais representados por cursos d'água, abrangendo juntos os lados brasileiro e argentino, aproximadamente 225 mil hectares (ICMBIO, 2013).

Para a visitação, cabe mencionar, que a maior atração do parque são as Cataratas do Iguaçu, complementadas por outras atividades turísticas, como o passeio do Macuco Safári, que oportuniza contato e observação das cataratas, através de um passeio de barco bimotor que sobe as corredeiras do Rio Iguaçu a menos de cinco metros das quedas, o Macuco Ecoaventura, que se constitui em passeio ecológico, possibilitando encontrar espécies oriundas da região, que pode ser feito a pé, de bicicleta ou em carros elétricos em trilhas e áreas de navegação onde a natureza é protegida. O Cânion Iguaçu oferece atividades radicais, como arvorismo com tirolesa, rafting nas corredeiras do Rio Iguaçu, rapel de 55 m de altura e escalada nos paredões de rochas com vista panorâmica das Cataratas, o Centro de Visitante. A Estátua de Santos Dumont, uma homenagem da VASP ao “Pai da Aviação”, que empenhou todo seu prestígio na transformação da área das cataratas em Parque Nacional, passeio de helicóptero, em que os sobrevoos possibilitam dimensionar a paisagem e observar as quedas d'água por diversos ângulos (ICMBio, 2013).

No que se refere à Estrutura do Parque Nacional do Iguaçu, a sede administrativa do ICMBio no PNI funciona a aproximadamente 1.100 metros do portão de entrada, e conta com dois auditórios, uma biblioteca, área de

conservação e manejo, assessoria de comunicação, áreas administrativas e financeiras, uma escola de Educação Ambiental denominada Escola Parque, 15 casas funcionais, Batalhão de Polícia Ambiental, oficina de manutenção da Unidade, laboratório básico de pesquisa e dois postos de informação e Controle. De acordo com o ICMBio (2011) alguns programas são desenvolvidos:

- Educação Ambiental: é uma estratégia utilizada para minimizar os problemas ambientais e contribuir para o manejo e proteção das Unidades de Conservação. Estas, por sua vez, facilitam e enriquecem o desenvolvimento de diversos programas de Educação Ambiental, pois representam a única área natural bem conservada de uma região. Nesse contexto, a Escola de Educação Ambiental do Parque Nacional do Iguaçu/Escola Parque foi inaugurada em 26 de janeiro de 2000 pelo IBAMA – Parque Nacional do Iguaçu, com o objetivo de estimular atitudes em favor da conservação do meio ambiente, por meio de ações específicas com diferentes fatores sociais, mudar e reduzir os impactos provocados pelas atividades e costumes do entorno. As ações dos Programas da Escola Parque envolvem principalmente a comunidade dos quatorze municípios do entorno ao parque, como estudantes do ensino fundamental e médio, universitários, professores, líderes comunitários e associações (ICMBio, 2011).
- Entorno do PNI: as Unidades de Conservação só irão cumprir sua real função se houver uma aproximação e, conseqüentemente, a sensibilização da comunidade do entorno sobre a importância do ecossistema que a área protege. É indispensável ainda que a sociedade civil local participe da elaboração dos planos e estratégias de gestão, promovendo o desenvolvimento econômico, social e ambiental da região. No Parque Nacional do Iguaçu, além das ações de educação ambiental, pesquisa, proteção e fiscalização realizadas no entorno da Unidade, surge o turismo ecológico e a recreação em contato com a natureza como alternativa para o desenvolvimento da área e, conseqüentemente, a integração da comunidade com a instituição administradora do Parque, o que vem gerar benefícios para ambas as partes (ICMBio, 2011).

- **Proteção:** o Setor de Proteção do Parque Nacional do Iguaçu tem a função de proteger esse tão importante Patrimônio Natural da Humanidade, contra ações que prejudiquem a integridade de seu ecossistema, bem como a de seus visitantes, funcionários e pesquisadores, tendo como alvo principal o combate a extração de seus recursos biológicos, como a caça, a pesca e a retirada do palmito-juçara (*Euterpe edulis*). Para tanto, por meio de um convênio com a Secretaria de Segurança Pública do Estado do Paraná, em conjunto com a Polícia Florestal, são realizadas ações de fiscalização no interior e entorno do parque (ICMBIO, 2011).
- **Pesquisa e monitoramento:** A pesquisa científica em unidades de conservação é uma das prioridades para o desempenho dos objetivos aos quais essas áreas foram concebidas. As pesquisas são fontes progressivas de geração de conhecimento e possibilitam o melhor entendimento das questões que permitem o manejo dos recursos naturais, culturais e históricos da unidade. No Parque Nacional do Iguaçu é um dos quatro setores incorporados à Área de Conservação de Manejo, departamento que coordena ações de manejo e proteção dos recursos naturais da unidade (ICMBIO, 2011).

Cabe salientar que o PNI desenvolve projetos ambientais como Projeto Carnívoros do Iguaçu (estudo e conservação das onças pintadas, pumas, antas, et), Programa Aqualguaçu (Responsável pelo monitoramento dos afluentes gerados na área do Uso Público da UC, PNI), e também projetos sociais como o Conhecendo o PNI (integrado a escolas, universidades, clube de mães, dentre outros, que possuam o interesse de conhecer a Unidade e aprimorar conhecimentos sobre a região); Moradores do Parque (melhorar as relações das pessoas que moram dentro ou vizinhas à unidade de conservação, nos municípios de Foz do Iguaçu, Serranópolis do Iguaçu e Matelândia com o Parque); Projeto Tigre; Curso de Jacarés, Voluntariado do PNI (abre espaço em seus setores, projetos e programas para que o trabalho voluntário da sociedade se concretize, integrando homem-natureza); Quatis do Parque (envolve os moradores jovens do Parque, buscando maior integração entre eles e a unidade de conservação); Ecotrilha de Céu Azul (para conhecimento de uma amostra da

biodiversidade do parque), Semana do Meio Ambiente (Atividades de educação, informação e sensibilização ambiental realizadas pela equipe do PNI e coordenada pela Escola Parque), além do Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável dos Municípios Entorno ao Parque Nacional do Iguaçu e Projetos Conjuntos ao PNI da Argentina.

O PNI instituiu o Passe Comunidade, projeto que beneficia os moradores de Foz do Iguaçu e dos demais municípios vizinhos ao Parque Nacional do Iguaçu, através de abatimento de 90% no valor do ingresso geral e desconto também no estacionamento e transporte do Parque. O benefício é concedido mediante cadastro prévio no guichê de atendimento ao Passe Comunidade. O cadastro é individual e tem necessidade de comprovação de residência

No que se refere à Gestão Participativa do PNI é viabilizada pelos conselhos gestores, com o objetivo de tornar o espaço de gestão ambiental um lugar de ensino-aprendizagem, através da integração do conhecimento tradicional/local com o científico, construindo assim um instrumento técnico-administrativo que se estabelece com as parceiras, os grupos de trabalhos, câmaras técnicas multidisciplinares e interinstitucionais, fortalecendo o planejamento e execução de ações participativas responsáveis na unidade de conservação. Também se destaca o Conselho Consultivo do Parque Nacional do Iguaçu - CONPARNI, formado por um grupo de 37 representantes da sociedade civil, do governo e comunidade ligada ao Parque, e tem por objetivo organizar, informar e dar sugestões às diversas atividades relacionadas ao Parque.

A partir do exposto, pode-se dizer que existe um grande esforço do PNI, como um todo, para elaborar programas de preservação e estudo ambiental; melhorar a sua atratividade organizando as concessões, ampliando as opções do visitante em termos de passeios; e outras atividades que fazem desse um dos principais parques nacionais do Brasil. Nesse contexto, é relevante enfatizar que foi o primeiro parque brasileiro a adotar o modelo de concessões de áreas públicas, em parceria com a iniciativa privada, para exploração do turismo em Unidade de Conservação.

As áreas do parque destinadas à visitação pública abrange 3% do território total do Parque, onde se encontram os espaços concessionados pelo ICMBIO, que atualmente empregam 919 pessoas, distribuídas da seguinte forma: Cataratas do Iguaçu S.A. (Concessão do Centro de Visitantes, Lojas de souvenirs, Espaço Naipi, Espaço Tarobá, Restaurante Porto Canoas e Lanchonetes); Macuco Ecoaventura (Concessão da Trilha do Poço Preto, Trilha das Bananeiras e Linha Martins); Macuco Safari (Concessão do passeio do Macuco Safari), Cânion Iguaçu (concessão das atividades de arvorismo, rapel, escalada e tirolêsa); Helisul Táxi Aéreo Ltda. (Concessão do Sobrevoos sob as Cataratas do Iguaçu) e Grupo Orient Express (Concessão do uso do Hotel das Cataratas), (ICMBIO, 2013).

A empresa Cataratas do Iguaçu S.A. venceu a concessão pública para atuar no PNI por um período de 15 anos, sendo 2000 a 2015. A autorização foi concedida pelo ICMBIO, por meio de contratos que deram direito de realizar aproveitamento econômico do transporte e de quatro áreas dentro da unidade. Tem a Concessão do Centro de Visitantes, Lojas de souvenirs, Espaço Naipi, Espaço Tarobá, Restaurante Porto Canoas e Lanchonetes, foi constituída, em janeiro de 1999, com o objetivo de implementar, fazer a manutenção e o aproveitamento econômico das áreas concedidas pelo ICMBIO (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade) de acordo com os contratos firmados.

Empresa brasileira com tecnologia única em administração de serviços turísticos em áreas protegidas, em decorrência de sua gestão no PNI, tornou-se um case nacional e venceu a licitação para o contrato de concessão para a implantação da gestão turística do Parque Nacional da Tijuca e Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha (PE), através de processo licitatório para o contrato de concessão de prestação de serviços de apoio à visitação pública e cobrança de ingressos, por 15 anos, tendo como objetivo melhorar a infraestrutura do parque, preservando o meio ambiente e aproveitando os recursos locais, obedecendo às regras ambientais, a política e o plano de manejo dos parques.

No Rio de Janeiro, a Cataratas do Iguaçu S.A. é acionista majoritária do consórcio Paineiras Corcovado, o qual é responsável pela revitalização e melhoria do antigo Hotel das Paineiras, no Parque Nacional da Tijuca, que passará a ser denominado de Complexo das Paineiras, que deve receber investimento de R\$ 53 milhões nos próximos dois anos em obras. A empresa será responsável pela operação do transporte, estacionamento, estação de transferência, centro de convenções, loja de lembranças, exposição ambiental permanente e a área de gastronomia, com dois restaurantes e uma lanchonete.

Dos 67 parques nacionais existentes no Brasil, apenas o Parque Nacional do Iguaçu e o Parque Nacional da Tijuca conseguem gerar recursos para se sustentar. Outros onze parques cobram ingressos dos visitantes, mas são financeiramente deficitários.

Através da integração entre os gestores dos setores público e privado, foi criado o Fundo de Desenvolvimento e Promoção Turística do Iguaçu - Fundo Iguaçu - uma instituição jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, com estatuto próprio, gerida por um comitê gestor com a representação de todas as entidades ligadas ao trade turístico local, com o objetivo de desenvolver ações de divulgação e promoção do Destino Iguaçu no Brasil e no exterior. O Fundo Iguaçu é mantido por contribuições provenientes dos atrativos turísticos, como o Parque Nacional do Iguaçu e o Complexo Turístico Itaipu, além da *tourism tax*, cobrada pelos hotéis e por convênios e transferências, públicas e privadas. Nos valores do ingresso do PNI está incluso a Contribuição Voluntária de R\$ 1,10 (um real e dez centavos) referente ao Fundo Iguaçu (SETUR, 2013).

Desde sua criação, o Fundo Iguaçu tem contribuído significativamente para o desenvolvimento do turismo em Foz do Iguaçu. Entre as principais ações, destacam-se: revitalização do Aeroporto Internacional das Cataratas, Natal das Cataratas, Festival de Turismo das Cataratas, promoção e divulgação do destino em feiras de turismo no Brasil e exterior.

O Brasil abriga em seu território um rico patrimônio natural em suas UCs, que representa um enorme potencial turístico, mas necessita de modelos de gestão que favoreçam o melhor aproveitamento desses recursos naturais. A atividade turística em Unidades de Conservação possibilita o desenvolvimento

sustentável proporcionando a inserção socioeconômica das populações locais, principalmente em atividades de geração de emprego e renda.

A experiência bem sucedida no Parque Nacional do Iguaçu comprova que a iniciativa privada pode ser um importante parceiro do Governo na preservação e conservação ambiental, promovendo o desenvolvimento de atividades econômicas com responsabilidade socioambiental. Na figura 7 apresenta-se um mapa ilustrativo do PNI.

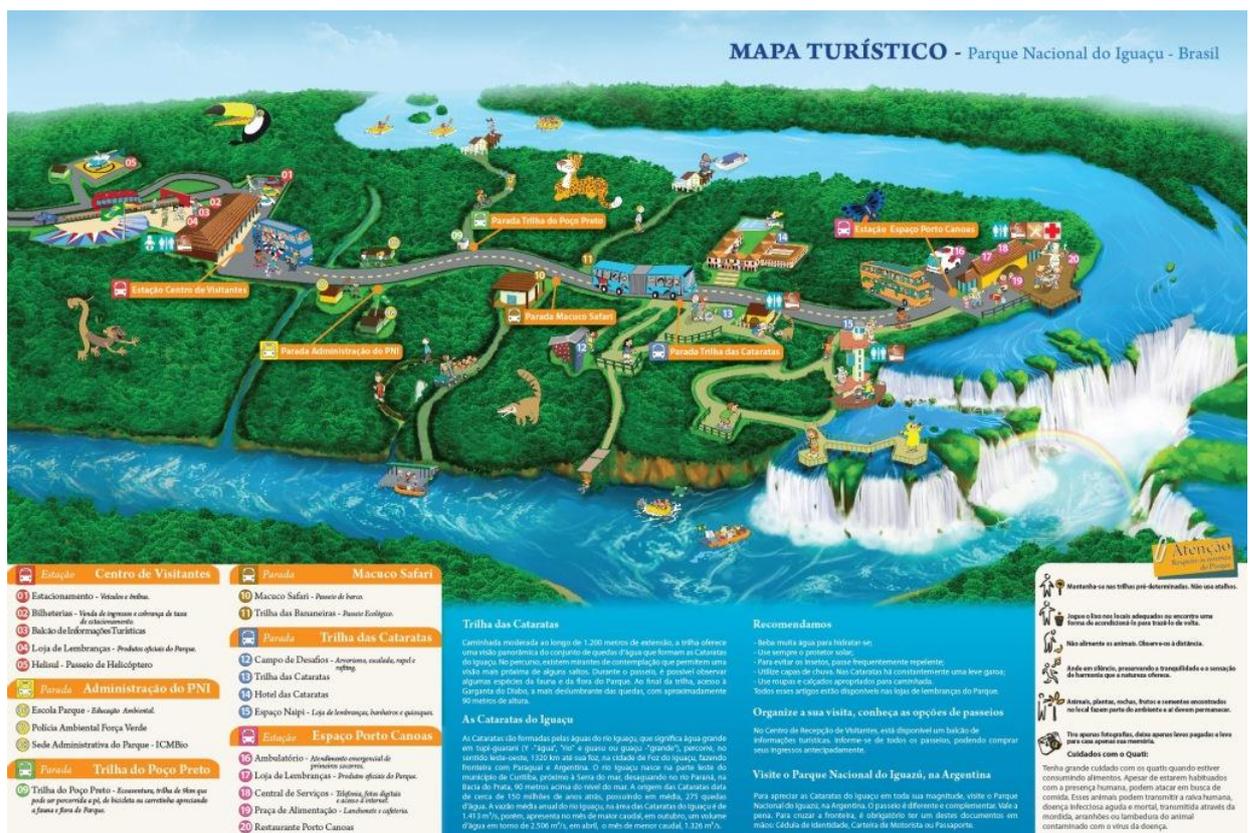


Figura 7 - Mapa Turístico do PNI  
Fonte: Cataratas S.A, 2013

## 2.4.2 Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável dos Municípios de Entorno ao Parque Nacional do Iguaçu (PDTs.PNI)

O Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Entorno do Parque Nacional do Iguaçu foi desenvolvido e coordenado a partir de 2004 pela Direção do Parque Nacional do Iguaçu, com o apoio da ECOPARANÁ (autarquia ligada à Secretaria do Estado de Turismo – SETU/PR), com o objetivo de

incentivar o turismo como alternativa de crescimento econômico, estimular o desenvolvimento integrado dos municípios, promover a conservação ambiental, a criação e o fortalecimento de associações e cooperativas que objetivem a sustentabilidade de atividade turística, focando os segmentos rural e ecológico, como forma de desenvolvimento e proteção da área de uma das mais imponentes unidades de conservação do Brasil.

A principal preocupação com o Programa foi reduzir os efeitos negativos causados pelo fechamento da Estrada do Colono, integrando os municípios do entorno em roteiros turísticos regional. A Estrada do Colono foi aberta em 1953, como uma picada no meio da mata, já de forma ilegal, por máquinas de empresas colonizadoras da região, Crimes como caça, pesca, queimadas, desmatamento e atropelamento de animais ainda acontecem na região, durante o tempo em que o caminho permaneceu aberto, foram muito mais recorrentes.

No Brasil, o PNI atinge diretamente quatorze e indiretamente onze municípios, chamados lindeiros, pelos limites com o Parque e a localização nas regiões Oeste e Sudoeste do estado do Paraná. Dos quatorze municípios que estão na chamada área de influência, apenas cinco têm terras abrangidas pelo Parque. Esses municípios são: Foz do Iguaçu, São Miguel do Iguaçu, Serranópolis do Iguaçu, Matelândia e Céu Azul; os municípios de Santa Terezinha de Itaipu, Santa Tereza do Oeste, Lindoeste, Capitão Leônidas Marques e Capanema têm divisas comuns com o Parque e os municípios de Medianeira, Ramilândia, Vera Cruz do Oeste e Santa Lúcia têm somente águas drenadas por ele (ICMBio, 2013), apresentados na figura 8.

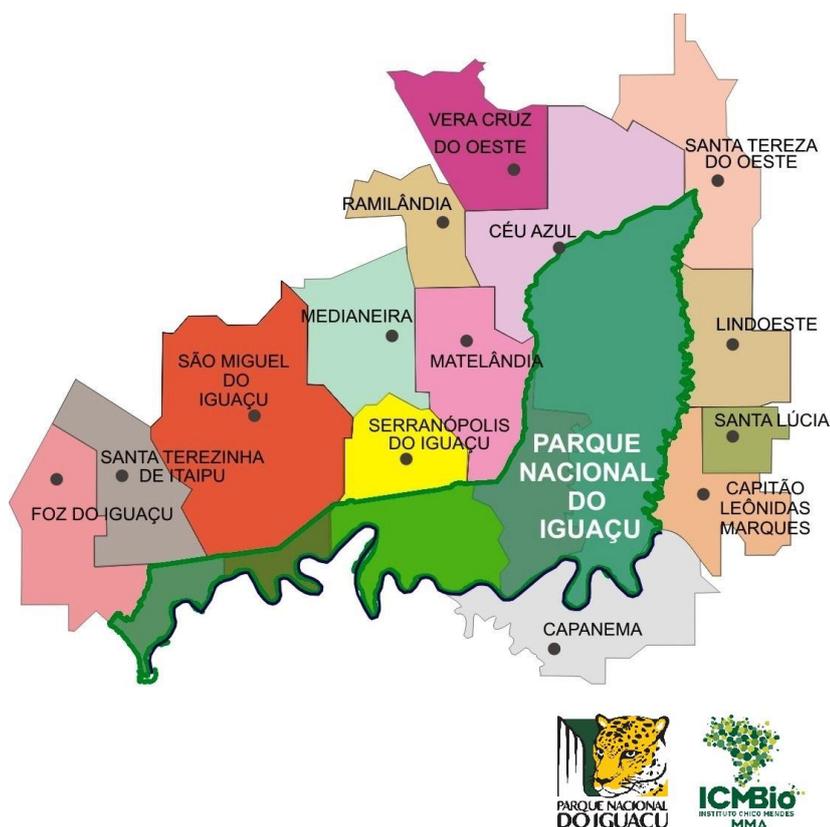


Figura 8 – Mapa de localização dos Municípios de Entorno do PNI  
 Fonte: ICMbio, 2013

Dentre os municípios citados, Capanema é o que se destacou em relação ao desenvolvimento do turismo, considerando que é o mais estruturado e que constantemente recebe visitantes.

Iniciando-se as atividades do PDTs.PNI, foram analisados o Plano de Manejo do PNI, com apoio de consultorias de instituições como Unilivre, Ecosul e MRS Estudos Ambientais, realizou-se pesquisa para verificar o grau de interesse do turista visitante do PNI em conhecer o entorno do Parque, obtendo-se resultados positivos.

A partir do levantamento dos dados, verificou-se o interesse da comunidade no envolvimento com o programa, realizaram-se oficinas de planejamento integrado, com o objetivo de promover a construção de um projeto coletivo de uma região turística em torno do Parque. Complementando as ações, realizaram-se caravanas técnicas para Santa Rosa de Lima – SC e Bento Gonçalves - RS, com agricultores e técnicos dos municípios envolvidos, reuniões públicas, objetivando debater a regularização ambiental das pr

propriedades rurais em cada um dos municípios, contando com a participação do Instituto Ambiental do Paraná (IAP) e Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Em Capanema foi instituído um grupo de trabalho de meio ambiente para tratar da recomposição florestal e do uso turístico da área de preservação permanente nas propriedades ribeirinhas ao Rio Iguaçu.

O município de Capanema foi piloto no projeto de desenvolvimento do turismo. Uma equipe do Parque Nacional do Iguaçu, junto com técnicos da ECOPARANÁ e da Prefeitura Municipal fez visitas e treinamentos em algumas propriedades do município que já recebiam visitantes e/ou que possuíam algum potencial turístico. Em seguida, montaram um roteiro piloto que foi ofertado à população durante a Feira do Melado (tradicional festa de Capanema) de 2004. Para a elaboração desse teste piloto, doze estabelecimentos foram trabalhados, o que resultou na criação do Roteiro de Turismo Rural “Doce Iguaçu”, primeiro roteiro de Turismo Rural na região Sudoeste do Paraná, nome proveniente das belezas naturais e as delícias gastronômicas do município.

Inicialmente, doze dos treze estabelecimentos que fizeram parte do projeto piloto se inseriram no Roteiro, criado oficialmente em 2005. Outros três estabelecimentos também foram inseridos, e o Roteiro foi dividido em três segmentos: Ecoturismo; Agroindústrias; Produção Orgânica.

Dentre suas propostas estavam: incentivar e desenvolver a agricultura familiar; trabalhar com o processo de agricultura orgânica com destaque para a produção de açúcar mascavo; oferecer cursos profissionalizantes que abordassem temas como atendimento de qualidade ao turista; estimular investimentos em infraestrutura de atendimento; realizar obras para facilitar o acesso nas propriedades rurais; promover campanhas publicitárias para divulgação do destino.

Para iniciar a divulgação e comercialização do Roteiro Doce Iguaçu foi elaborado material gráfico com informações sobre o município, propriedades participantes, serviços úteis, além de um mapa de localização e acesso. No processo de comercialização foram realizadas visitas de familiarização,

participações em feiras e eventos, articulação com outros municípios e o próprio Estado, dentre outras alternativas.

Em 2005, foi criado o Departamento Municipal de Turismo em Capanema, e em 2007, foi reestruturado o Regimento do Conselho Municipal de Turismo, incorporando uma representação da Associação Doce Iguassu, composta por proprietários de estabelecimentos do Roteiro Doce Iguassu e outros interessados no turismo. A criação da Associação objetivou fortalecer o grupo e dar continuidade aos trabalhos, independente de quem estivesse na gestão pública municipal.

A exploração do ecoturismo nessa região deu-se mais potencialmente após o fechamento da Estrada do Colono, como viabilização de desenvolvimento para esses municípios e, principalmente, com a criação do Programa para o Desenvolvimento do Turismo Sustentável do PNI, exemplificado na figura 9.



Figura 9: Roteiro Turístico do Município de Capanema  
Fonte: ICMBIO, 2013.

No período em que a Estrada do Colono (estrada de terra dentro do Parque do Iguaçu) esteve aberta, o fluxo de pessoas para os municípios de entorno do PNI era bem maior, haja vista que a população da Região Sudoeste do Paraná tinha nesse caminho um atalho para chegar ao município de Foz do

Iguaçu e outros municípios da Região Oeste. Com o fechamento da Estrada em 2002, a economia da região foi afetada, sobretudo no que tange ao fluxo de visitantes e outras pessoas que passavam pelo Estrada do Colono para pegar o atalho.

## **2.5 A Região dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu**

Este item busca compreender o processo de desenvolvimento da região lindeira ao Lago de Itaipu, também chamada de Região Costa Oeste do Paraná (figura 10), seus aspectos históricos, geográficos, econômicos, sociais, culturais e históricos, inerentes ao processo de territorialização.



Figura 10 – Localização dos municípios limítrofes ao Lago de Itaipu  
 Fonte: Elaborado pela equipe técnica do PDITS (2010) a partir do PDITS (2004).

Inserida na Mesorregião Oeste do Paraná, a história da colonização da região está relacionada com os movimentos migratórios, a partir de década de 1940, provenientes de outras regiões do Sul do Brasil, principalmente de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul, por meio das empresas colonizadoras.

A Colonizadora Maripá - Industrial Madeireira Colonizadora Rio Paraná, na ocasião, além da extração de recursos naturais (especialmente a madeira),

passou a comercializar pequenas propriedades de terras para ocupação da região, gerando mudança na estrutura da região Oeste do Paraná. As famílias que chegavam passaram a ocupar as terras que antes eram utilizadas pelos mensus, trabalhadores paraguaios dos obrages, na extração da erva-mate, nativa da região, bem como na madeira de toras.

Mas a região passa a se constituir fisicamente somente em 1982, através da formação do Lago de Itaipu, após a construção da Hidrelétrica de Itaipu, resultante de um acordo binacional entre Brasil e Paraguai para represar o Rio Paraná na fronteira entre os dois países (SOUZA, 2012).

Em decorrência da construção da Usina Hidrelétrica de Itaipu e a formação do Lago em 1982, que influenciou consequentemente no alagamento de parte de suas terras e no desmembramento territorial em alguns deles, importantes mudanças ocorreram no espaço regional, passando de oito para quinze municípios lindeiros.

Principalmente através da ação estatal, esse espaço foi produzido e transformado. Compreende-se, portanto, que o Estado atua como um agente transformador de territorialidades, onde, através de suas ações, desterritorializa e reterritorializa espaços. Nesse momento a Usina Hidrelétrica de Itaipu reconfigurou a região, as águas do lago inundaram áreas urbanas e rurais, resultando na expulsão de 44 mil famílias, comprometendo cerca de 101.093 hectares do território paranaense, destes 100.607,73 de áreas rurais e 484,78 de áreas urbanas, abrangendo 6.913 propriedades rurais e 1.606 urbanas (SOUZA, 2012).

Considerando o grande número de propriedades e territórios rurais que se alagaram, culminando na perda da terra de muitas pessoas que viviam no campo, houve uma imigração para a cidade, um grande movimento migratório. Também ocorreu um processo de atração populacional de pessoas interessadas em trabalhar na Hidrelétrica de Itaipu, principalmente para a cidade de Foz do Iguaçu.

Com o alagamento, municípios se desmembraram de seus territórios, surgindo novos municípios, que passaram a fazer parte da região e se uniram para promovê-la, articulando-se através de projetos e programas em comum,

criando e definindo uma identidade regional, o que denota o grande impacto causado em âmbito social, ambiental e espacial. Assim, a região passa a ter na paisagem que circunda o lago o elemento fundamental para ser explorada como atrativo turístico, além da necessidade da implementação de infraestrutura para atender à demanda turística.

Segundo Souza (2009):

O turismo, num processo crescente de novas formas de territorialidade, contribui para uma mudança, ampliando a mobilidade urbana e regional. É a partir de um processo frequente de territorialidade, desterritorialidade e reterritorialidade que se constitui a dinâmica desse espaço regional. A Itaipu significou um momento de desterritorialidade e que, por conseguinte, territorializou áreas como também reterritorializou outras. Em outro momento o Projeto Costa Oeste está intervindo no espaço como agente também importante em constituir novos territórios, assim como está desterritorializando os espaços econômico, social e culturalmente já ocupados (SOUZA, 2009).

Mediante o pressuposto de que a atividade turística é a opção para promover o desenvolvimento regional, foi criado o Projeto Costa Oeste, implantando em 1997 pelo governo do Estado do Paraná. e para legitimá-lo, criou-se o Conselho dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu, com o objetivo de organizar e articular relações de aproximação entre os quinze municípios paranaenses nas margens do Lago de Itaipu: Foz do Iguaçu, Santa Terezinha de Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Medianeira, Itaipulândia, Missal, Diamante do Oeste, Santa Helena, São José das Palmeiras, Entre Rios do Oeste, Pato Bragado, Marechal Cândido Rondon, Mercedes, Terra Roxa e Guaíra, além do município de Mundo Novo, no Mato Grosso do Sul.

A região que compreende os municípios lindeiros desde 2002 desenvolve um trabalho voltado para o desenvolvimento do turismo integrado, conhecido como Caminhos do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu, o qual participa a região turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu. Esse programa tem como objetivo desenvolver a região, através de seus atrativos públicos e privados, fortalecendo o empreendedorismo e a qualificação dos produtos e serviços ofertados, buscando o desenvolvimento do turismo sustentável. Convém mencionar a presença de Associações Comerciais e Industriais nos municípios, sendo que doze deles trabalham com núcleos do

Empreender, com o auxílio da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná – FACIAP e do SEBRAE.

O Programa Caminhos do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu compreende quatro roteiros temáticos: Caminho das Águas, que tem como foco principal o Lago de Itaipu que abrange os empreendimentos relacionados às águas; Caminho da Colonização, que contempla os pontos turísticos e empreendimentos que retratam as culturas italiana, germânica e indígena; Caminhos Rurais e Ecológicos, direcionados aos turistas que buscam ecoturismo e outras atividades junto à natureza, e Roteiro de Pesca Desportiva, que explora o potencial de pesca esportiva ao longo do Lago de Itaipu.

Associado aos Caminhos do Turismo Integrado está o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), implantado em 2005 pelo governo federal (gestão 2003-2006), através do Ministério do Turismo (MTur), que mapeou 219 regiões turísticas do Brasil, destas priorizando 111, considerando a região dos municípios lindeiros, de maior prioridade. Esse programa, segundo o MTur, assume a noção de território como espaço e lugar de integração do homem com o ambiente, dando origem a diversas formas de se organizar e se relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos disponíveis. Essa noção de território propõe uma coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, superando a visão estreitamente setorial do desenvolvimento (BRASIL, 2005, p.12).

Além dos Núcleos de Turismo, foi criado o Instituto de Turismo e Eventos Caminhos ao Lago de Itaipu, entidade sem fins lucrativos formada por empresas turísticas para promover e fomentar o turismo em conjunto com o SEBRAE e o Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros. Essa entidade promove ações de promoção e comercialização do destino, auxilia na qualificação dos empreendimentos e realiza o monitoramento das empresas associadas, através de Qualidade do Turismo Integrado – QUATI, onde as empresas são avaliadas e auxiliadas a melhorar em seus pontos fracos, como também recebem uma placa de participação no instituto (PDITS, 2011).

Nesse contexto, foi criado o Fórum de Turismo Iguaçu & Caminhos, um órgão colegiado com atribuições consultivas e propositivas para integrar e

fomentar as ações que buscam o desenvolvimento turístico sustentável da Região. O Conselho Gestor do Fórum é composto pelo Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu, Conselho Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu, GESTUR – Grupo Gestor de Turismo dos Caminhos ao Lago de Itaipu, Iguassu Convention & Visitors Bureau de Foz do Iguaçu, SEBRAE/PR – Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas – Paraná, Itaipu Binacional, Fundação Parque Tecnológico de Itaipu (PTI), Instituto Polo Iguassu e Instituições de Ensino Superior.

Considerando que essas entidades e núcleos não tiveram os resultados esperados, e a necessidade da estruturação e qualificação da região, em maio de 2012, ocorreu a unificação do Fórum de Turismo Cataratas e Caminhos e do Instituto de Turismo e Eventos Caminhos ao Lago de Itaipu, criando-se a Adetur Cataratas e Caminhos. A Agência de Desenvolvimento da Região Turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu é uma entidade sem fins lucrativos formada por representantes do poder público, iniciativa privada e terceiro setor. A Adetur é a Instância de Governança do Turismo Regional, conforme estabelecido pelo Ministério de Turismo, através do Macro Programa de Regionalização do Turismo e de uma lei estadual, que define as regiões turísticas do Estado do Paraná. Herda do Fórum a missão de trabalhar para que a região turística planeje e decida seu próprio futuro, de forma participativa, organizada e respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional.

Alguns fatores demonstram a inserção dos municípios no contexto de articulação regional, como a utilização do lago como bem comum da sociedade, criação de projetos de aproveitamento do mesmo sob a coordenação do Conselho de Desenvolvimento dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu; a AMOP, que congrega cinquenta e um municípios, incluindo os da Costa Oeste do Paraná; a centralização do poder da Itaipu sobre o gerenciamento do lago, fazendo com que os municípios interajam sob sua mediação; o recebimento dos royalties, que lhes permite investimentos maiores, tanto no âmbito local como no regional, com base na Lei dos Royalties (SOUZA, 2012).

A Região dos Municípios Lindeiros é privilegiada pela condição financeira de receber *royalties*. Os *royalties* são compensações financeiras especificamente devidas pela Itaipu Binacional ao Brasil. Ressalta-se que, como restrições aos municípios, a Lei nº 7.990/ 1989, em seu Art. 8,<sup>o</sup> especifica que os recursos advindos dos *royalties* não podem ser aplicados em pagamento de dívidas dos municípios ou em quadro permanente de pessoal, nem ao menos os municípios são obrigados a prestar contas do uso desses recursos, deixando a população desinformada da real aplicação dos *royalties*, o que não impede o desvio dos vultosos recursos. De acordo com informações da Agência Nacional de Energia Elétrica - ANEEL (2007, apud STERCHILE; SOUZA, 2008, p.9), o rateio dos recursos dos *royalties* entre os municípios segue os critérios de repasse por ganho de energia, por regularização de vazão, e o de área inundada por reservatórios de usinas hidrelétricas. Dessa forma, quanto maior a área alagada, maior será o valor do repasse dos *royalties* da Itaipu Binacional. O pagamento dos *royalties* é previsto no anexo C do Tratado de Itaipu, assinado em 30 de agosto de 1973, o qual estabelece:

III.4 - O montante necessário para o pagamento dos *royalties* às Altas Partes Contratantes, calculado no equivalente de seiscentos e cinquenta dólares dos Estados Unidos por gigawatt-hora, gerado e medido na central elétrica. Esse montante não poderá ser inferior, anualmente, a dezoito milhões de dólares dos Estados Unidos da América, à razão da metade para cada Alta Parte Contratante. O pagamento dos *royalties* se realizará mensalmente, na moeda disponível pela Itaipu.

A distribuição dos *royalties* é proporcional a área alagada dos municípios, com percentuais definidos pela ANEEL. Dentre os municípios paranaenses atingidos pela inundação do Lago de Itaipu, o município de Medianeira foi o que menos perdeu terras em relação à área alagada, a saber, 1,16 km<sup>2</sup>, seguido do município de Terra Roxa e São José das Palmeiras. O município de Santa Helena, por sua vez, teve o seu território alagado em 236,76 km<sup>2</sup>, correspondendo, assim, à maior área alagada, comparativamente com os demais municípios. O município de Itaipulândia é o que recebe o maior valor per capita na região, e Santa Helena recebe o maior montante dos *royalties* em comparação aos demais municípios. Com o fim dos *royalties*, os municípios

devem fazer seus planejamentos, independentemente desses recursos (SOUZA, 2012).

Para o município de Guaira, a formação do Lago de Itaipu tem um significado especial, pois além de inundar terras agricultáveis, como ocorreu em outros municípios, cobriu também um conjunto de cachoeiras, as Sete Quedas, que representava um importante atrativo natural de geração de renda para o município.

As belezas das Sete Quedas desapareceram pela intervenção humana, intervenção esta evidenciada pela construção de um grande empreendimento tecnológico que é a Itaipu Binacional, hidrelétrica responsável, atualmente, por quase 19% de toda a energia elétrica consumida no País.

Por localizar-se na faixa de fronteira com o Paraguai e com a Argentina, a região está envolvida em uma relação Sociedade e Território, socioespacial diferenciada, que se expressa nos fluxos, na cultura e na identidade dos povos fronteiriços, constituindo uma territorialidade diferenciada (SOUZA, 2012).

Situados na região do extremo oeste do Paraná, todos os municípios são banhados pelas águas do Lago de Itaipu, tendo num raio de atuação em torno de 600 km, de uma população com potencial consumidor em torno de 25 milhões de pessoas. A Região Turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu faz divisa com as regiões turísticas paranaenses Corredores das Águas, Noroeste, e Riquezas do Oeste, além de ser fronteiriça com o Estado do Mato Grosso do Sul e com os países do Mercosul: Paraguai e Argentina, de acordo com a figura 11.



Figura 11 - Mapa dos Municípios Lindeiros ao Lago do Itaipu  
 Fonte: PEDTR, 2008.

Como visualizado no mapa, Guáira é o portão de entrada e saída, Terra Rocha permite acesso ao Pantanal, Marechal Cândido Rondon é o centro comercial da região, São Miguel do Iguaçu é o portão de entrada do turismo rodoviário e Foz do Iguaçu é o destino indutor e portão de entrada e saída.

Os quinze municípios possuem uma área de 6.839 mil km<sup>2</sup>, representando 3,3% do território paranaense. A população desses municípios é de 547.869 habitantes e corresponde a 5,3% da população paranaense. A distribuição populacional situa-se em 461.155 habitantes na área urbana e 86.984 habitantes na área rural, conforme dados da tabela apresentada (SEBRAE, 2008).

**Tabela 10** - Município do MS que faz parte do Conselho dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu

Município	Total	População Urbana	População Rural
Foz do Iguaçu	311.336	295.770	15.566 618
Santa Terezinha de Itaipu	19.552	17.597	1.955 259
São Miguel do Iguaçu	25.341	16.472	8.869 851
Medianeira	38.397	32.638	5.759 329
Itaipulândia	8.581	6.007	2.574 336
Missal	10.412	5.978	4.164 320
Santa Helena	22.794	10.258	12.536 758
Diamante do Oeste	4.944	2.472	2472309
São José das Palmeiras	3.873	2.145	1.728 182
Entre Rios do Oeste	3.842	2.306	1.536 122
Pato Bragado	4.631	2.779	1.852 135
Mal Candido Rondon	44.562	33.422	11.140 748
Mercedes	4.713	1.179	3534 201.
Terra Roxa	16.208	8.915	7.293 801
Guaíra	28.683	22.947	5.736 561
Mundo Novo	15.968	14.372	1.596 479
<b>TOTAL</b>	<b>563.837</b>	<b>475.257</b>	<b>88.580 7.209</b>

Fonte: PDTIS, 2012.

Considerado plano com patamares que se elevam gradativamente para o leste, solo de origem vulcânica, argiloso, composto de 89% de terra roxa, 5% arenoso e 6% outros, a região possui altitude média de 420m acima do nível do mar, com clima subtropical úmido, com ventos predominantes da direção nordeste e velocidade média anual de 2,3 m/s. A temperatura média mínima é de 14°C e

média máxima de 29°C. Densidade pluviométrica (meses de maior precipitação pluviométrica): menor precipitação em mm: 92mm, maior precipitação em mm: 212mm (SEBRAE, 2008).

A região tem nas áreas do turismo, agronegócio com a pecuária leiteira, suinocultura, avicultura, soja, milho, fumo, trigo, mandioca e feijão e indústrias de transformação primária como suas principais fontes de geração econômica. Grande produtora de grãos, carne suína, aves, e leite e seus derivados, proporciona aos habitantes da região a capacidade de geração de empregos, distribuição de rendas e de manter as características singulares de cidades européias, continuando as tradições herdadas de seus antepassados. A receita gerada pelos *royalties* da Hidrelétrica Itaipu devido ao alagamento de áreas nos municípios limítrofes serve como grande parcela para o desenvolvimento socioeconômico. Já em Foz do Iguaçu a economia está vinculada diretamente ao terceiro setor, incluindo o turismo e a prestação de serviços.

Os municípios têm considerável desenvolvimento sócioeconômico, com altos índices de instrução, saneamento básico e padrão construtivo. Tais fatores foram influenciados através da participação de ações da Itaipu Binacional na geração de estruturas de apoio às comunidades.

A história da região foi fortemente influenciada pela presença de povos guaranis, das missões jesuíticas, das colonizações entre portugueses e a influência dos espanhóis, e pela presença de empresas colonizadoras brasileiras que vieram para a região nos meados no século XX, através de um chamado do próprio governo brasileiro à consolidação de uma área do Paraná segmentada com uma matiz de vivências tão acentuadas, que o próprio povo brasileiro desconhece. Foi através na região que aconteceu a Guerra do Paraguai. Em Santa Helena, o idealista Prestes e sua coluna militar enfrentou as tropas do governo às margens do Rio São João Falso (SEBRAE, 2008).

A cultura remanescente dos guaranis, alemães, italianos, árabes, chineses, japoneses, coreanos e representadas através de museus, casas de cultura e artesanato, teatro, manifestações folclóricas, festas tradicionais, eventos, é o grande destaque da região que vive cultura.

Em Foz do Iguaçu, a miscigenação cultural tem nas raízes orientais (povos árabes) e asiáticos (coreanos e chineses) um influência considerável. Em Guaíra a influência da cultura guarani tem suas raízes fortificadas, pois foi através dela que o brasileiro aprendeu a utilizar a erva mate e saborear o chimarrão. Nos demais municípios as tradições culturais germânicas e italianas estão muito bem cultuadas, pois as festas típicas, culinária e o idioma de origem de seus antepassados são preservados e ensinados às futuras gerações (SEBRAE, 2008).

A gastronomia retrata a identidade local e regional, através das tradicionais formas de preparo e variedade de produtos utilizados pelas etnias radicadas, como guaranis, espanhóis, italianos, alemães e culinária internacional desenvolvida pelos grandes chefes que atuam nos excelentes restaurantes da região fronteiriça.

Muitos são os pratos típicos que podem ser experimentados, que vão da Costela no fogo de chão ao boi no rolete, aos peixes da região, como o dourado, preparado de várias formas: na telha, no carrossel, no forno. Além da utilização de peixes de água doce, destaca-se a carne bovina, suína, aves e avestruz. Cabe mencionar a singularidade da produção de pães,ucas, geléias, bolachas, salames e cafés, degustados em cafés coloniais, assim como fábrica de chocolate artesanal, cachaça preparada em alambique de cobre, vinhos artesanais e chopp de receita alemã.

O contato com a natureza, a religiosidade e a história que envolve acontecimentos relevantes para o Brasil, com destaque para a passagem da Coluna Prestes e a presença dos Jesuítas Guaranis, representada pelas construções e acervos em museus da região, o Lago de Itaipu com seus balneários, as propriedades rurais e a hospitalidade são aspectos que tornam uma região singular e, capaz de atrair diferentes públicos.

Localizado na extremidade sul, Foz do Iguaçu é o município consolidado, em expansão e indutor dos municípios lindeiros ao Lago de Itaipu. Como atrativos secundários, na extremidade da Costa Oeste, localiza-se a cidade de Guaíra, que abrigou o antigo Parque das Sete Quedas e que possui um parque nacional é um dos municípios com maior potencial para o

desenvolvimento de atividades turísticas da região, seguido por Marechal Cândido Rondon e Santa Helena.

Na sequência serão apresentados os dados e uma análise referente aos atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo da Região Turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, evidenciando as particularidades de cada município.

Guaíra, localizada no extremo norte da região, concentra seus atrativos nos segmentos cultural, náutico e de ecoturismo. Destaca-se dos outros destinos turísticos da região devido a suas peculiaridades, como exemplo, o legado histórico deixado pelos jesuítas guaranis em sua passagem pelo Paraná durante o período das reduções e a colonização da Companhia Mate Laranjeira, presente em algumas construções do município, por abrigar o Parque Nacional de Ilha Grande, seu potencial pesqueiro e atividades náuticas e o comércio no lado paraguaio, e fato de ter abrigado o conjunto das Sete Quedas, hoje submersas pelo Lago da Usina de Itaipu.

Guaíra que teve a imagem de cidade turística, prejudicada com a extinção das Sete Quedas, ainda não possui produtos turísticos consolidados e busca reestruturar-se através de suas atratividades e eventos que adquiriram grande representatividade regional como a Festa das Nações, uma celebração às sete nações que formaram a cidade, Festa Internacional do Pintado na telha, prato típico regional, Torneio Internacional de Pesca, Transparaná, campeonato de Jipe do Paraná e as Festas de Nossa Senhora dos Navegantes e Nossa Senhora do Caacupê.

A existência do Centro Náutico de Guaíra, construído pela Itaipu Binacional em 1982, facilita a realização dos eventos. O Parque Nacional da Ilha Grande, criado em 1997 ainda não possui plano de manejo devidamente implementado e, por isso, ainda constitui-se em potencial não passível de exploração. A pequena infraestrutura turística contida em algumas áreas do Parque foram implantadas anteriormente à sua criação e atendem a uma pequena demanda regional. Apesar desse fato, observa-se a disposição da prefeitura em investir no turismo. O exemplo é a revitalização de todo o centro histórico e preservação arquitetônica (PDITS, 2012).

Mediante o exposto, as maiores atrações ficam por conta das belezas cênicas, as quais podem ser apreciadas nos passeios de Barco na Lagoa Saraiva e em Trilha na Ilha do Frei Pacífico, além de paradas em bancos de areia, os quais formam praias no rio Paraná para os visitantes se banharem.

Santa Helena está no centro do municípios lindeiros, é a única cidade localizada às margens do Lago Itaipu, o que resulta em uma relação direta de seus maiores atrativos com a água, o balneário municipal e refúgio biológico e a formação de uma das melhores paisagens do Lago. O balneário de Santa Helena (Parque de Lazer Ney Braga) tem recebido muitos investimentos por parte da prefeitura, sendo atualmente o mais estruturado da região, porém o Refúgio Biológico ainda não se encontra devidamente estruturado para a atividade turística, recebendo pequeno número de visitantes.

A história está presente na Coluna Prestes, visível das ruínas da ponte queimada e do Memorial Coluna Prestes, onde se encontra a primeira obra de Oscar Niemeyer em terras paranaenses, o obelisco em homenagem a Luiz Carlos Prestes e na colonização da região, complementada pela natureza e cultura presentes na arquitetura e réplicas de móveis coloniais do cotidiano da vida do campo e na preservação ambiental do município. Para atender ao segmento de Pesca, além dos terminais turísticos e balneários, nos municípios de Marechal Cândido Rondon e Santa Helena, encontram-se dois Condomínios Marinas, os quais possuem garagem de barcos e estruturas de lazer.

Marechal Cândido Rondon possui a melhor infraestrutura de toda região, destaca-se pela cultura germânica presente na gastronomia, nas edificações, como exemplo o portal de entrada da cidade e o centro de eventos Werner Wanderer, na população que preserva os costumes, nas danças e festas típicas. O turismo de negócios e agronegócio concentra o maior volume de movimentação, tem, ainda de forma incipiente, grande potencial no turismo de lazer, por meio dos passeios de barco, pesca esportiva, rafting, orquidários e propriedades rurais. Observa-se que o município de Marechal Cândido Rondon apresenta atrativos que fazem parte de um rol bastante diversificado de segmentos, sobressaindo o Cultural e o de Sol e Praia.

Os municípios de Santa Terezinha de Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Itaipulândia, Missal, Entre Rios do Oeste e Pato Bragado têm como principal atrativo turístico o Lago de Itaipu, utilizado para turismo de sol e praia e turismo náutico, que conta com dois dos maiores rios brasileiros: o Rio Iguaçu e o Rio Paraná, possuindo considerável disseminação e abrangência entre doze dos municípios em estudo. Os municípios Entre Rios do Oeste e Guáira possuem saídas para passeios de barco e pesca, através de estruturas para atividades náuticas. Ainda que o turismo náutico seja incipiente, a existência do Lago de Itaipu como elemento integrador de quase todos os municípios tem um importante papel no desenvolvimento e na consolidação do turismo regional.

As praias artificiais públicas, conhecidas como Terminais Turísticos, são utilizadas como equipamentos de lazer durante a temporada de verão, de novembro a março, demonstrando uma taxa de sazonalidade mais elevada. Embora a utilização do Lago seja incipiente, é importante destacar que possui destacado potencial no incremento e desenvolvimento do turismo regional.

As demandas de visitantes são provenientes de visitantes/turistas locais regionais de municípios da região e do estado, e internacionais, considerando o fluxo dos vizinhos da fronteira, os paraguaios, localizadas em um eixo de 200 km, e argentinos, localizados em um eixo de 300 km. É importante ponderar, também, que o mercado nacional considera a distância e a facilidade de acesso como fatores de decisão. Entre os estrangeiros, a distância é o segundo fator mais importante, porém esses valorizam mais a oferta de serviços que a facilidade de acesso. Nos demais meses do ano, os eventos típicos pautados em seus aspectos culturais e gastronômicos e feriados prolongados é que o provêm do deslocamento dos visitantes aos municípios limítrofes, evidenciando a necessidade de desenvolver o turismo de lazer de forma consistente.

Com exceção de Pato Bragado, todos os municípios possuem Terminais Turísticos, que equipados com estruturas de lazer, esporte e turismo, demonstram pouca variação na disponibilidade de serviços ofertados, consequência da baixa atratividade turística e necessidade de reestruturação local. Alguns municípios possuem Bases Náuticas, equipamento turísticos

implantados na primeira fase do Projeto Costa Oeste, porém as estruturas precisam de revitalização e readaptação de alguns espaços. Analisando-se o potencial econômico do lago, observa-se que existem potenciais não utilizados, como revela a falta de integração por água entre os municípios. A maioria das atividades é realizada no entorno de recursos naturais, e essa dependência demonstra a importância da conservação desses recursos, os quais, conjuntamente com os eventos, podem ser considerados estruturantes para a Região (PDITIS, 2012).

No município de Itaipulândia, o atrativo destaque é a estátua de Nossa Senhora Aparecida, que integrado a estátua do Cristo Esplendor, localizada no município vizinho de Santa Helena, configuram dois atrativos voltados ao turismo religioso. Recentemente foi inaugurado o Parque Temático, que poderá alavancar o município e a região.

O município de Medianeira se destaca pelo agronegócio, agricultura tradicional e orgânica, produção tecnológica educacional e cooperativista. Sua localização é privilegiada, pela sua confluência geográfica entre as rodovias BR 277 e PR 495, o que a torna o principal portão de entrada rodoviária de toda a região, servindo de suporte para os outros municípios do entorno quanto à hospedagem, alimentação, serviços de transporte, saúde e segurança. Por essa rodovia chegam os visitantes provenientes do norte, do leste, do sul e do sudoeste do Estado do Paraná, dos estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo e de outras regiões do sudeste e nordeste brasileiros.

Cultua suas tradições expressas especialmente nas culturas gaúcha e italiana. A vida noturna é movimentada por seus bares, lanchonetes e casas noturnas. Quanto ao lazer, as atividades concentram-se em recantos naturais e na vida no campo. Suas ruas e praças tradicionalmente sediam eventos ao ar livre, atraindo visitantes, especialmente na Praça Central Angelo Darold.

São Miguel do Iguçu localiza-se em uma das entradas dos Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu, sua atratividade turística consiste no Terminal Turístico de Vila Ipiranga e nas propriedades rurais que estão começando a estruturar-se para receber visitantes. A cultura é visualizada através das etnias germânica, italiana e guarani, presentes na Aldeia Indígena Avá Guarani e no

artesanato e manifestações folclóricas. Destacam-se alguns eventos como Feaninais, Oktoberfest na comunidade Aurora do Iguaçu e na Festa da Tradição, que ressalta todas as culturas e etnias que migraram para o Brasil.

Santa Terezinha de Itaipu é o município mais próximo de Foz do Iguaçu, seus principais atrativos estão ligados as atividades náuticas e propriedades rurais, concentra algumas obras do autor Marcilio José Soares, um dos principais artistas sacros do país.

Missal é uma cidade tipicamente germânica, representada na culinária, arquitetura, dança e costumes. Destaca-se pelo Café Colonial, Museu Municipal e produção orgânica e seus produtos podem ser encontrados na casa de comércio de artesanato e culinária rural - COPERAFA. Tem em seu calendário eventos típicos como Deutches Fest, que movimenta a cidade com desfile de carros alegóricos em estilo germânico, o famoso jogo do barril, café colonial e festa a base de chopp e comida germânica, além do Desafio de Pesca a Corvina.

Pato Bragado possui características germânicas, tendo na gastronomia o principal atrativo, possui restaurantes e confeitarias que oferecem comidas típicas germânicas e o típico café colonial, além da venda dos produtos na casa do artesão. Possui um grupo de dança folclórica alemã – Fortschritt Ohne Grenzen, que divulga a cultura germânica alemã no município e região. Possui um Centro de Cultura e Museu, com anfiteatro para 500 pessoas, possibilitando grandes eventos. Destacam-se a Oktoberfest e o Concurso Nacional de Cupim Assado. O portal do município possui estrutura de moinhos de vento, cartão postal da cidade.

Para atender ao segmento de Pesca, além dos terminais turísticos e balneários, os municípios de Pato Bragado e Mercedes possuem locais para saídas de barcos. Entre Rios do Oeste tem no Terminal Turístico e na Base Náutica os principais acessos ao Lago de Itaipu, os quais são procurados para atividades náuticas, pesca esportivas e lazer, destacando-se a canoagem. Como evento destaca-se o Festival Internacional da Carne Suína.

Referente a hospedagem, nos municípios lindeiros, os de qualidade, considerados possíveis de atender a atual e futura demanda, localizam-se em Guaíra, Medianeira, Marechal Cândido Rondon, Santa Helena e Santa Terezinha

de Itaipu. Entre eles, Guaíra é o que possui maior número de leitos. A qualificação dos meios de hospedagem podem ser considerados entre 3 a 4 estrelas. Nos demais municípios lindeiros ao lago de Itaipu verificam-se meios de hospedagem de cunho familiar. Destinam-se a atender a um público regional, formado basicamente por representantes comerciais (PDITS, 2012).

Ao se analisar os estabelecimentos gastronômicos, observa-se que Foz do Iguaçu possui um número significativo de opções de estabelecimentos, capaz de atender ao público em seus diferentes paladares e poder de consumo. O que não acontece nos outros municípios, que apresentam reduzida quantidade de empreendimentos gastronômicos. Alguns deles, Marechal Cândido Rondon, Guaíra e Medianeira possibilitam para a população local a degustação de pratos típicos da culinária italiana, germânica e rural em seus restaurantes. Em Pato Bragado prevalecem pratos a base de peixe e a culinária internacional.

Tendo em vista as agências de viagens, operadoras e receptivo, observa-se que há a predominância desse serviço no município de Foz do Iguaçu, enquanto nos outros municípios apresentam-se alguns condutores de turismo de atrativos naturais formados através da parceria entre SEBRAE, Conselho e SENAC, no programa Caminhos ao Lago de Itaipu (PDITS, 2012).

Em relação ao sistema de transporte é deficitário tanto em relação as necessidades da população quanto dos turistas, em prestar um serviço de qualidade, os equipamentos utilizados estão defasados e em estado de conservação precária. Não há integração turística entre os municípios e nos corredores turísticos existe uma carência de sinalização, os pontos de parada não possuem estrutura adequada e faltam postos de informação turística, exceto em Foz do Iguaçu.

A região possui um potencial hidroviário devido à presença de dois dos principais rios do Estado, o Rio Iguaçu e Rio Paraná, que possibilitam a realização de passeios de barco, assim como transporte para outros municípios e para o Paraguai e Argentina.

Um grande potencial como meio de transporte aquático na região é o Lago da Usina Hidrelétrica de Itaipu, que é comum aos municípios, inclusive pode servir como ligação entre os dois parques nacionais existentes na região, Parque

Nacional do Iguaçu e Parque da Ilha Grande. Porém, faltam estudos que viabilizem sua utilização como, por exemplo, estudos legais sobre a utilização do lago; estudos de percursos para embarcações de médio e grande porte; estudos para o uso do turismo náutico; estudos para o turismo de pesca; estudos de oscilações do nível do lago e sua influência no turismo; estudos de impacto ambiental e de EIA-RIMA nos equipamentos localizados junto ao lago, como balneários, terminais turísticos e bases náuticas, entre outros (PDITS, 2012). Porém, o acesso a Foz e demais municípios não se constitui em entrave no desenvolvimento do turismo regional, considerando que possui opções de modais de transporte e possibilidade de melhorias que atendem às necessidades das demandas turística.

No contexto geral, os municípios são bem atendidos por infraestrutura e serviços públicos. As maiores deficiências estão relacionadas ao saneamento básico, destacando-se os problemas relacionados ao baixo atendimento por serviço público de coleta e tratamento de esgotos. Todos os municípios contam com serviço de telefonia fixa e celular, acesso à rede de internet e acesso aos sistemas nacionais de televisão. Foz do Iguaçu conta, inclusive, com sistemas de televisão a cabo, que permite acessar não só as redes nacionais, mas também emissoras de diversos outros países. Em relação a saúde, todos possuem serviços básicos ambulatoriais, assim como possuem centros de saúde. Foz do Iguaçu, Guaíra e Marechal Cândido Rondon contam ainda com serviço de pronto-atendimento 24h. Foz do Iguaçu possui rede hospitalar de referência, que permite realizar procedimentos complexos (PDITS, 2012).

A segurança pública é fator de instabilidade na região, devido ao mesmo estar inserido em região fronteiriça. Problemas de segurança se mostram mais presentes em Foz do Iguaçu e Guaíra. O Governo Brasileiro vem desenvolvendo, em conjunto com o Governo do Estado do Paraná, ações enfáticas de policiamento ostensivo, preventivo e de inteligência, visando propiciar maior segurança para a região, condição importante para o pleno desenvolvimento das atividades turísticas (PDITS, 2012).

Os municípios da região possuem conselhos municipais de turismo e unidades administrativas de turismo. Em Foz do Iguaçu e Guaíra são secretarias

municipais de turismo e nos demais municípios são departamentos de turismo. Foz do Iguaçu tem apoio da Gestão Integrada do Turismo.

Entidades como o SENAC, SEBRAE e SESC desenvolvem ações de qualificação da mão de obra para a melhoria contínua dos empreendimentos turísticos. Em Foz do Iguaçu, há dois cursos de graduação em turismo e permanentemente são oferecidos cursos de treinamento, formação e/ou especialização para o aprimoramento profissional. Atualmente, estão sendo realizados os Cursos do Pronatec com apoio do Mtur.

Foz do Iguaçu possui no turismo o principal segmento de sua economia, já nos demais municípios o desenvolvimento das atividades turísticas se mostra cada vez mais acelerado, com potencialidade para concorrer com a agropecuária, que é hoje o principal segmento de suas economias.

Considerando a potencialidade do Lago de Itaipu e as estruturas que foram criadas em função do Lago, denota-se que alguns segmentos são característicos e poderão contribuir para o desenvolvimento da região: o turismo náutico e o de pesca esportiva e de aventura, complementares ao ecoturismo, turismo em propriedades rurais e turismo cultural, porém, é necessário investimento em infraestrutura turística nos atrativos e empreendimentos, assim como nas estradas de acesso aos municípios e atrativos turísticos.

Se Foz do Iguaçu é responsável pelo maior fluxo internacional e atende ao público visitante com produtos consolidados, a situação nos municípios restantes é diferente, sobretudo se excluídos dessa lista Guaíra, Santa Helena e Marechal Cândido Rondon. De modo geral, os demais municípios atendem às demandas locais e regionais e microrregionais, possuindo poucos atrativos consolidados regionalmente.

### 3. METODOLOGIA

Neste item, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, que objetivam demonstrar o delineamento das estratégias metodológicas, as quais forneceram a base lógica para a sustentação deste trabalho.

A pesquisa requer a aplicação de instrumentos metodológicos específicos para uma interpretação integral, sendo necessário estudar tanto sua realidade objetiva como subjetiva. Trata-se de um trabalho investigativo, com base em procedimentos técnicos e teóricos da ciência geográfica, utilizando-se de ferramentas de diagnóstico experimental aplicadas a escala geográfica rural e urbana, com o intuito de verificar as transformações territoriais por meio da compreensão das relações entre turismo e comunidades, a partir de uma análise das políticas e práticas na cidade de Foz do Iguaçu e região, assim como referência empírica baseada em experiências desenvolvidas até este momento.

A ciência geográfica, por meio da aplicação de métodos adequados, procura a obtenção de respostas mais eficientes para os problemas expostos pela sociedade, mediante conceitos científicos fornecidos pelas teorias. Não existe outro exame de conceito, que não seja a verdade empírica do fato. A verdade é o estímulo no centro da ciência; tem de ter o hábito da verdade, não como dogma, mas como processo. Serão apresentadas as fontes e caminhos de investigação seguidos.

Utilizou-se os métodos analíticos de interpretação de pesquisa, por intermédio da leitura das experiências vivenciadas com o turismo de base comunitária, através da concepção de mundo do pesquisador, sua visão da realidade, da ciência e do movimento.

O método de interpretação refere-se, assim, às posturas políticas, filosóficas, ao posicionamento quanto às questões da lógica e, porque não dizer, à ideologia e à posição política do cientista, pois é possível afirmar que ele é o arcabouço estrutural sobre o qual repousa qualquer conhecimento científico, também se refere aos conjunto de técnicas utilizadas em determinado estudo,

relacionando-se, assim, mais aos problemas operacionais da pesquisa que a seus fundamentos filosóficos.

Dessa forma, a pesquisa deve seguir um planejamento e execução de acordo com as normas necessárias para cada método de investigação. Para realizar o levantamento de dados do envolvimento da comunidade local no turismo de base comunitária em Foz do Iguaçu e região dos municípios Lindeiros ao lago de Itaipu e no entorno do PNI, com foco na cidade de Foz do Iguaçu, no estado do Paraná, estruturou-se a metodologia em cinco etapas: caracterização da pesquisa, instrumento da pesquisa, delimitação das variáveis, população e amostra, e, por fim, o procedimento de coleta e análise. A seguir serão apresentadas cada uma das etapas mencionadas.

### **3.1 Abordagem e Caracterização da Pesquisa**

A metodologia é considerada fundamental para o desenvolvimento de um estudo, por onde define as técnicas utilizadas durante a pesquisa. Diante da necessidade de um levantamento bibliográfico e documental sobre o tema em questão, bem como da coleta de dados empíricos, por meio de formulários de questões, o tipo de pesquisa utilizado para esse trabalho é classificado como exploratório, tendo em vista que busca compreender um segmento com poucos estudos científicos, como é o caso de TBC, buscando, através de percepções, explicações, ideias, entendimentos, maior profundidade sobre experiências brasileiras em curso, de planejamento e gestão local, que pudessem ser consideradas como exemplos de espaços organizados do ponto de vista territorial, que contivessem elementos de arranjo sócio-produtivo de base local.

Também utilizou-se de levantamento descritivo, através de fundamentos teórico-conceitual, de abordagem qualitativa, fundamentado-se em autores que discutem sobre TBC, buscando compreender o posicionamento científico e a realidade sobre a temática abordada.

Utilizou-se a abordagem quantitativa e qualitativa sob instrumento de entrevistas em profundidade, através das quais coletaram-se os dados, utilizando-

se para isso o instrumento da análise de conteúdo, além de documentos: imprensa, oficiais, literatura e registros de ordem pessoal. A análise qualitativa desse estudo foi verificada na compreensão do destino Foz do Iguaçu e dos municípios de entorno ao Lago de Itaipu e ao Parque Nacional do Iguaçu, por meio da interpretação das respostas sobre a percepção desse objeto de estudo e análise vivenciada no local.

Por fim, o estudo de caso é uma abordagem de investigação focada no entendimento, exploração e descrição de acontecimentos complexos, que permitam estudar em tempo real um determinado contexto e melhor entender o fenômeno abordado, o que ocorreu através do estudo de cada uma das propriedades visitadas.

### 3.1.1 Instrumento da Pesquisa

Com o intuito de alcançar os objetivos propostos e permitir uma análise ampla sobre o tema abordado, foram utilizados os seguintes procedimentos de coleta de dados: revisão da literatura, a pesquisa documental e as entrevistas.

A revisão da literatura foi desenvolvida a partir de consultas relacionadas ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, teses, entre outros, utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas.

Buscou-se construir o quadro teórico da pesquisa, realizando-se a revisão bibliográfica, através da literatura específica e especializada, concomitante ao desenvolvimento da pesquisa. Entre os diversos autores que aparecem nas referências e suas relevantes contribuições, estão: Beni (2003), Butler (2006), Coriolano (1998), Sampaio (2009) Santos (1982), Santos (1999), Silva (2005), entre outros. Abordam importantes conceitos referentes à discussão sobre TBC, refletindo sobre as bases conceituais que perpassam pelo território, região, espaço, com contribuições interdisciplinares de turismólogos, geógrafos, ambientalistas, historiadores, sociólogos, economista, entidades e pessoas envolvidas com o território em estudo, visando discutir os limites e as

oportunidades do fomento às práticas de economia solidária na cadeia produtiva, contribuindo assim para o entendimento dos referidos conceitos.

Nesse tipo de pesquisa, o investigador levanta conhecimentos já existentes na área estudada, desenvolvida por outros autores, analisando e avaliando a sua contribuição para auxiliar a compreender o objeto de estudo. Através do levantamento de informações realizado através da pesquisa bibliográfica foi possível compreender a temática abordada e ressaltar a importância do TBC.

Utilizou-se da pesquisa documental para analisar e descrever o objeto de estudo, o destino turístico de Foz do Iguaçu e região. Foi realizado um levantamento de documentação em fontes secundárias. O processo se fez em diversos sites e bibliotecas, em órgãos públicos e privados como: Prefeituras Municipais, através da Secretaria ou Departamento de Turismo e Secretaria da Agricultura, Iguassu Convention & Visitors Bureau, Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, Instituto Internacional Polo Iguassu, EMATER, Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Associação VEMSER, e em acervos particulares e de órgãos turísticos, através da análise das questões sócio-ambientais, políticas, culturais e econômicas, possivelmente vindo a confirmar o papel desempenhado pelo turismo em sua cadeia produtiva.

Para o processo de coleta de dados, utilizou-se a aplicação de questionário ou instrumento de pesquisa, adaptando-se ao ambiente cultural da comunidade pesquisada, através de perguntas fechadas e abertas com os gestores dos empreendimentos turísticos e representantes das iniciativas públicas e privadas de Foz do Iguaçu e região relacionadas com o TBC.

A forma escolhida para a realização da pesquisa de campo, foi através das entrevistas de maneira semiestruturada, baseando-se no roteiro de tópicos previamente elaborados. A estruturação dos tópicos abordados durante a conversa teve por objetivo auxiliar na condução da entrevista, levando-se em consideração a grande aplicabilidade desse recurso, e que em entrevistas pessoais e específicas o entrevistador tem a liberdade de desenvolver cada situação em qualquer direção, permitindo explorar mais amplamente uma

questão. Dessa forma, propôs-se um roteiro semiestruturado, a fim de orientar os entrevistados nos questionamentos.

Esse tipo de entrevista objetivou obter do entrevistado o que ele considera sobre o tema, os aspectos mais relevantes do determinado problema, além de próprias considerações do entrevistado. Dessa forma, a aplicação das entrevistas serviu de apoio na comprovação dos resultados das fontes documentais. Foram determinadas 50 entrevistas com gestores dos destinos e dos empreendimentos turísticos, sendo 42 referente aos estabelecimentos turísticos e 08 a gestores locais.

### 3.1.2 Delimitação das variáveis

Ao que tange a natureza das variáveis, a presente pesquisa aplicou apenas o método quanti qualitativo, pela abrangência do tema abordado. O Estudo de Caso também foi utilizado como ferramenta de investigação científica para auxílio na compreensão dos processos na complexidade social nas quais estes se manifestam: seja em situações difíceis para análise dos obstáculos, seja em situações bem-sucedidas, para avaliação de modelos exemplares. Quanto ao ambiente em que foi realizado o estudo, mencionam-se as pesquisas de campo em ambiente real, com gestores municipais e gestores dos empreendimentos turísticos, assim como observações de como acontece o turismo no local.

### 3.1.3 População e Amostra

Na realização da referente pesquisa, o público-alvo foram os responsáveis pela Secretaria de Turismo e de Agricultura, EMATER, empreendedores vinculados às alternativas de renda, artesãos, assim como atores-chave ou gestores dos empreendimentos que foram identificados primeiramente pela posição que ocupam no TBC. Previamente foi feito contato com as secretarias ou departamentos de turismo, que disponibilizaram um técnico para acompanhamento das visitas e informaram sobre a pesquisa aos

estabelecimentos turísticos de maior relevância, localizados nos dezesseis municípios que integram os municípios limítrofes ao lago de Itaipu e nos treze municípios que circundam o Parque Nacional do Iguaçu. Em seguida, visitou-se os estabelecimentos para verificar como estão organizados seus territórios, considerando a influência dos princípios sustentáveis e de turismo de base comunitária. No quadro 4 apresentam-se os estabelecimentos pesquisados.

Quadro 4 – Estabelecimentos Pesquisados

<b>N</b>	<b>MUNICÍPIO</b>	<b>EMPREENHIMENTO</b>	<b>SIGLA</b>
1	Foz do Iguaçu	Recanto da Paz	RP
2	Foz do Iguaçu	Berlanda Colonial	BC
3	Foz do Iguaçu	Recanto das Artes	RA
4	Foz do Iguaçu	Recanto Gaúcho	RG
5	Foz do Iguaçu	Assentamento Antonio Companheiro Tavares	ITEPA
6	Foz do Iguaçu	Associação de Artesanato	VEMSER
7	Foz do Iguaçu	Projeto Trinacional de Artesanato – Nãndeva	Nãndeva
8	Foz do Iguaçu	Instituto Polo Iguaçu – IPI	IPI
9	Foz do Iguaçu	Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares ITCP/UFPR	ITCP/UFPR
10	Foz do Iguaçu	Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Solidárias	INDIOS/UNI OESTE
11	Santa Terezinha de Itaipu	Chácara Muller	CM
12	Santa Terezinha de Itaipu	Chácara Link	CL
13	Santa Terezinha de Itaipu	Chácara Rio Bonito	CRB
14	Santa Terezinha de Itaipu	Sítio Nossa Senhora de Lurdes	SNSL
15	São Miguel do Iguaçu	Sítio Colina	SC
16	São Miguel do Iguaçu	Sítio Arruda	AS
17	São Miguel do Iguaçu	Sítio Fonte do Macuco	SFM
18	São Miguel do Iguaçu	Recanto Scheffer	RS
19	São Miguel do Iguaçu	Aldeia Indígena Avá Guarani	AIAG
20	São Miguel do Iguaçu	Comunidade Apepu de Quilombolas	CAQ
21	São Miguel do Iguaçu	Associação de Agricultores de São Miguel do Iguaçu	APROSMI
22	Medianeira	Recanto Olivo	RO

23	Matelândia	Pousada Bózio	PB
24	Matelândia	Recanto Família Grassi	RFG
25	Matelândia	Sítio São Roque	SSR
26	Matelândia	Associação Fazendo Arte dos Artesões de Matelândia	AFAM
27	Itaipulândia	Artesanato Vitória	AV
28	Santa Helena	Morro dos Sete Pecados	MSP
29	Santa Helena	Sítio Chico Stephanelle	SCS
30	Santa Helena	Sítio Paulo Scheneider	SPS
31	Santa Helena	Centro Avançado de Pesquisas	CAP
32	Santa Helena	Associação de Artesãos	ASA
33	Marechal Cândido Rondon	Sítio das Orquídeas	SO
34	Marechal Cândido Rondon	Vinhos Boufler	VB
35	Marechal Cândido Rondon	Cachoeira da Onça	CO
36	Marechal Cândido Rondon	Associação Rondonense de Artesãos	ARA
37	Capanema	Balneário Martini	BM
38	Capanema	Camping Urutau	CUT
39	Capanema	Caminho das Orquídeas	CO
40	Capanema	Pedra da Bigua	PB
41	Capanema	Propriedade Megarrancho	PM
42	Capanema	Casa do Artesão	CA

Fonte: A Autora, 2013

Para uma melhor compreensão do contexto turístico de Foz do Iguaçu, também foram realizadas entrevistas com o Secretário de Turismo de Foz do Iguaçu, Presidente do ICVB/Foz, Diretor do ICMBIO, Gerente Geral da Cataratas S.A, e Instituto Polo Iguassu.

#### 3.1.4 Procedimentos de Coleta e Análise

Com o intuito de obter conhecimentos e informações acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou uma hipótese que se quer

comprovar, ou descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles, faz-se necessária a realização da pesquisa de campo. Este item apresenta os resultados da pesquisa de campo, através do levantamento da oferta e demanda turística, atendendo aos critérios e princípios do turismo sustentável e de base comunitária.

A pesquisa de campo, foi realizada por meio de visita in loco nas propriedades, para verificar as informações sobre cada atrativo, assim como nos órgãos públicos e privados, com o intuito de se obter informações de atores responsáveis pela construção de uma nova territorialidade em Foz do Iguaçu e região e entender as transformações sócio-espaciais da área de estudo, viabilizando o diálogo do pesquisador com o espaço geográfico. Dessa forma, estabelecendo-se uma relação entre pesquisador e pesquisado, através de troca de experiências, permitindo a construção de um trabalho empírico, a pesquisa de campo e a coleta dos dados que virão a ser apresentados se deram em intervalos distintos, distribuídos entre outubro de 2012 e março de 2013.

Concomitante com a etapa anterior, para uma melhor compreensão do problema estudado, procurou-se integrar os dados quantitativos, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, FEE, banco de dados do PRONAF, e qualitativos (entrevistas). Em um segundo momento, fez-se os registros necessários, primeiramente através de diálogos informais, seguido de entrevistas padronizadas (estruturadas), com um roteiro previamente estabelecido e perguntas predeterminadas, sendo que em todas as entrevistas e contatos informais foi explicado o objetivo do trabalho, a instituição de ensino vinculada e quem era o pesquisador responsável. Essas duas etapas são complementares a primeira, que constituiu a investigação do objeto de estudo, através de métodos bibliográficos.

Assim, permitiu-se obter informações dialógicas com os entrevistados, sobre sua formação social, suas expectativas de inserção no mercado e melhoria da qualidade de vida através da atividade turística, assim como o atual estágio em que se encontra o desenvolvimento de seus empreendimentos turísticos e suas relações de cooperação com outros empreendimentos similares, baseado em suas experiências de vida, relatando fatos pessoais e de aspectos políticos, culturais, econômicos e cotidianos. Também foi importante durante a coleta de

dados a observação individual realizada pelo pesquisador, analisando e compreendendo as relações ocorridas no território em estudo.

Através do trabalho de campo realizado foi possível ao pesquisador melhorar as impressões, percepções, compreensões, interpretações e as manifestações do TBC, ou seja, os dados coletados proporcionaram a evolução da pesquisa, que teve como cunho norteador reconhecer as políticas públicas, assim como as práticas de desenvolvimento que repercutem no território em estudo, quem são os agentes e quais são as ações desenvolvidas e implementadas.

Durante as visitas *in loco* foi utilizado como instrumento de trabalho o diário de campo, onde registrou-se os dados obtidos através do convívio com os entrevistados. O trabalho de campo também proporcionou a obtenção das imagens fotográficas, que possibilitaram outras leituras das espacialidades e temporalidades, por meio da apresentação de elementos formadores da realidade investigada, que posteriormente, através de um banco de dados criado, foram utilizadas para ilustrar e enriquecer as informações inerentes à pesquisa.

Com a obtenção dos dados, através das visitas *in loco* e entrevistas, permitiu-se apresentar um diagnóstico das iniciativas envolvidas com o resultado das pesquisas, e posteriormente será apresentada a análise, a luz dos pressupostos teóricos e metodológicos que orientam o processo investigativo. Para tanto, está organizado em três subitens.

No primeiro, apresentamos o diagnóstico das propriedades visitadas, dentre elas, quais foram pesquisadas, com o propósito de identificar iniciativas e fortalecer as relações existentes com a agricultura familiar, que influencia no desenvolvimento local, tendo em vista que o fluxo de pessoas e produtos passa pela produção e agricultura familiar. No segundo, apresentamos uma análise SWOT, identificando as fortalezas, fraquezas, oportunidades e ameaças, e, por último, no terceiro subitem, será apresentada uma análise, considerando a visão geral e não individualizada, que prevaleceu durante o contato com os sujeitos, no entanto, alguns trechos das entrevistas serão transcritos.

Compreendemos que se planejado e de maneira cooperada e envolvendo as comunidades tradicionais, o turismo pode proporcionar a

diversificação da base econômica local e regional, ajudar os municípios envolvidos, ainda que minimamente estruturados, e ampliar o seu produto interno bruto e, principalmente, melhorar as condições da localidade.

Entendemos por desenvolvimento local a oportunidade de inserção de atores sociais e econômicos locais de assumirem papel ativo na organização da oferta de produtos e serviços em destinos turísticos. Nessa perspectiva, indivíduos de uma comunidade se reúnem para produzir de forma diferenciada, buscando alternativas de sobrevivência econômica na atividade turística, aliadas a outros fatores, como a valorização do modo de vida da cultura e/ou a defesa do meio ambiente.

Essas definições refletem a vivência prática de estudiosos do tema e apontam para a possibilidade de um modelo de desenvolvimento turístico sustentável, integrado, com foco no território. Trata-se de um modelo em que a cultura e os modos de vida locais são a principal motivação da visita, onde há o intercâmbio cultural entre o turista e a comunidade. Além disso, o turismo é uma atividade complementar às atividades tradicionais desenvolvidas pelas comunidades.

Desse modo, constata-se que a produção artesanal e a agroecologia familiar desenvolvida nas propriedades rurais figura como uma alternativa econômica para complementar a renda e assegurar a subsistência de muitas famílias, e as políticas públicas têm provocado mudanças no território, surgindo assim novos atores e modificando-se o contexto social. Assim, a pesquisa buscou compreender o papel das políticas públicas, quem são os agentes sociais que influenciam na organização do território e as alternativas de renda e emprego gerados, o que indica a construção de novos processos territoriais que merecem ser discutidos. Partiu-se do pressuposto de que a agricultura familiar e o espaço rural, assim como a produção artesanal, é o que tem se destacado nas mudanças sócio-territoriais. Com o apoio das políticas públicas, o segmento poderá encontrar soluções para viabilizar sua reprodução.

### **3.2 Oferta dos Estabelecimentos Pesquisados**

Este item tem como escopo principal apresentar, de forma analítica, uma análise de iniciativas de TBC, bem como o perfil qualitativo e quantitativo da demanda atual e potencial, ou seja, a situação da área em estudo neste momento, com a finalidade de determinar a potencialidade turística do lugar, calcular as limitações de crescimento, segmentar o mercado objetivo, identificar os produtos potenciais e obter resultados que permitam o direcionamento e a tomada de decisões, ferramenta através da qual se pode ter posicionamentos, considerando que os atrativos turísticos são o conjunto de lugares, costumes e acontecimentos, que por suas características próprias atraem o interesse do visitante.

Inicialmente foi feito um diagnóstico identificando quais as propriedades produziam algo que poderia ser alvo de interesse turístico. Após essa identificação, quais propriedades se relacionam com os conceitos de TBC, ou seja, definiu-se que entre os municípios e estabelecimentos visitados, seriam catalogados os que apresentassem atividades inseridas no conceito de TBC. Como exemplo atividades turísticas realizadas junto a suas famílias, compondo seus territórios por meio de associação ou cooperativa, desenvolvendo coletivamente suas práticas, através de uma organização comunitária, apresentando como principal atrativo o modo de vida e a cultura local, através da adoção de práticas e técnicas ambientais, infraestrutura básica para os visitantes, capacidade e disponibilidade de atendimento. Em seguida, partiu-se para a fase da análise e sistematização dos dados, tornando-se possível observar diferentes cenários em prol do desenvolvimento do turismo. Na sequência será apresentado o diagnóstico de cada uma das propriedades que compõem o objeto de estudo por municípios.

#### **Circuito Iguaçu de Turismo Rural – CITUR**

Como parte de um processo de ação para o desenvolvimento de uma dinâmica alternativa ao turismo na região de Foz do Iguaçu, com foco em pequenas propriedades rurais com a orientação da ITCP-UFPR e desenvolvida

em parceria com a Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Sociais da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – ÍNDIOS-UNIOESTE, Projeto Rede Solidaria Agroecológica – RESA e a organização não governamental Instituto de Desenvolvimento de Estudos Interdisciplinares, Ambientais e Sustentáveis – IDEIAS, com o apoio da Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu – SMTU e o Ministério do Turismo – Mtur, através da Financiadora de Estudos e Projetos FINEP.

O Circuito Iguaçu de Turismo Rural surgiu em 2008, como um grupo de agricultores do grupo RESA, fortalecendo-se em 2009, com o Projeto Turismo e Economia Solidária no Paraná – Etur-PR. Desde então o grupo trabalha com ferramentas de construção coletiva, como a pesquisa ação, diagnóstico participativo, reuniões periódicas, além de oficinas e participação em eventos. Todo um processo, que gerou como resultado principal o reconhecimento do grupo e fortalecimento da identidade.

O coletivo se encontra como um grupo informal de debate, encaminhamentos e ações, em busca de um turismo adequado as suas expectativas e necessidades. Possui um regimento interno construído e aprovado pelo grupo, o qual rege as formas de encontros, entradas e saídas de participantes, gestão do grupo entre outros detalhes coletivos. As Propriedades que atualmente fazem parte do Circuito e que estão inseridas e participando das reuniões e decisões referentes ao mesmo, são quatro: Recanto da Paz (RP), Berlanda Colonial (BC), Recanto das Artes (RA) e Recanto Gaúcho (RG).



Figura 12 – Folder do Circuito Iguazu de Turismo Rural  
 Fonte: CITUR, 2013

### Recanto da Paz

**Estrutura familiar:** pertence ao casal Joaquim Hercílio de Jesus e Terezinha Fontana de Jesus, auxiliados pelo seu filho Daniel de Jesus. O casal concluiu o Ensino Médio e o Daniel fez curso de Hotelaria e Pós-Graduação.

**Localização:** encontra-se situada na Avenida Felipe Wandscheer, na comunidade de Sanga Funda - KM 14, a uma distância de 8km da sede do município de Foz do Iguaçu.

**Descrição da Propriedade:** sítio agroecológico focado na produção agrícola de alimentos saudáveis, livres de qualquer tipo de contaminação química. Foi adquirido no ano de 1975, e desde lá, vem se adaptando para esse tipo de produção, que concilia o respeito ao meio ambiente. Em 1994 iniciou um trabalho pioneiro na recepção de visitantes no recinto, e atualmente trabalha com serviços de pescaria, contemplação da natureza e canto de pássaros nativos, espaço para piquenique e churrasco, hidromassagem natural, terapia com argila, trilhas, caminhadas e passeio de charrete, almoço rural com produtos do próprio sítio, hospedagem domiciliar e em pousada, e a possibilidade de vivenciar o autêntico cotidiano de uma família tradicionalmente agricultora. As refeições são servidas em espaço complementar da casa, decorado com peças rústicas e antigas, destacando-se como um atrativo por serem preparados com os alimentos orgânicos cultivados no local.

**Infraestrutura:** na sede da propriedade, encontra-se a casa dos proprietários, e logo à frente está localizada a área onde são servidas as refeições, que também é utilizada como garagem. Esse espaço é estruturado com pilares de madeira (troncos), aberto nas laterais e coberto com telhas de barro. No local há três mesas grandes com bancos em madeira, uma churrasqueira em alvenaria, um balcão na forma de bar para atendimento aos clientes, onde estão dispostos os produtos para venda.

**Atividades Produtivas:** a principal atividade produtiva da propriedade é a agricultura orgânica, destacando-se a produção de legumes e verduras, doces, geleias, conservas e compotas que são vendidas na propriedade e na Feira dos Sabores, realizada aos domingos no município, além do cultivo de horta orgânica para o consumo e para o almoço realizado sob encomenda, além da produção de pequenos animais. A propriedade é vista como sítio, possibilidade de ver galinha, pintinho, ter contato com a natureza, com as origens. Além de ser a primeira propriedade em Foz do Iguaçu a abrir para pesque pague, continua se mantendo e se esforçando para ter resultado. Não tem certificação de produtos orgânicos

para expor e comercializar na Aprofoz, pois tem que ter alvará rural, e há um risco de não ser sustentável a cozinha industrial.

**Aspectos Socioambientais:** por se tratar de uma propriedade de agricultura orgânica certificada pela Rede de Agroecologia ECOVIDA, o local tem área de reserva legal e não apresenta passivos ambientais. Referente a reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados a coleta seletiva. No local de recepção dos visitantes há lixeiras identificadas. A água que abastece a propriedade provém de uma fonte e o destino do esgoto consiste em fossa por zona de raiz.

**Atendimento:** o Pesque Pague Recanto da Paz recebe visitantes em qualquer dia da semana, a maioria do local ou pessoas externas, que buscam conhecer o circuito, mas de forma sazonal. Os proprietários se dedicam à produção orgânica e agroindústria, somente o casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições, que devem ser agendadas. O valor das refeições varia de R\$ 15,00 a R\$ 20,00 por pessoa. O local serve cardápio rural. A visitação representa uma atividade a mais que complementa as atividades da propriedade rural e contribui para a venda direta e promoção do local. O Recanto da Paz funciona aos fins de semana, das 10h às 20h. Grupos precisam fazer reservas com antecedência. Terapias naturais como banho de argila, sob agendamento.

**Divulgação e Comercialização:** a forma de promoção do local ocorre por meio do marketing espontâneo, através do site do Circuito e do facebook.



Figura 13 - Recanto da Paz  
Fonte: Oliveira, 2013.

## **Berlanda Colonial**

**Estrutura familiar:** pertence à Sra. Iracema Berlanda de Andrade, auxiliada pelo seu filho Rogério de Andrade e netos, Ney Rafael Vieira e Thiago Gabriel Vieira, a suas noras Lory Bofinger e Angela Andrade. A proprietária possui o ensino fundamental incompleto, e os demais, ensino médio, e o Rafael ensino superior.

**Localização:** encontra-se no Arroio Dourado, a uma distância de 12 km do centro do município de Foz do Iguaçu.

**Descrição da Propriedade:** é um sítio que conta com infraestrutura de uma agroindústria em operação, tendo como produtos bolachas, doces, panificados, conservas, compotas, licores e massas em geral. Quanto aos serviços, pode oferecer aos apreciadores um delicioso café campesino e também um passeio contemplativo por uma trilha de mata bem preservada, com observação de espécies nativas da região e algumas exóticas. A trilha tem duração aproximada de duas horas e deve ser feita acompanhada dos proprietários/guias, para melhor apreciação. Nível de dificuldade leve. Os produtos podem ser adquiridos no local ou sob encomenda. Está sendo implantada uma estrutura de três tanques para construção de um Pesque Pague, que será aberto para visitação.

**Atividades Produtivas:** a principal atividade produtiva da propriedade é a agroindústria, destacando-se pela produção de doces, geleias, conservas e compotas, que são vendidas na propriedade e Feiras orgânicas, e a produção de pães, cucas, massas e bolachas. Tem certificação de produtos orgânicos para expor e comercializar na Aprofoz. Fornecimento de merenda escolar para as redes municipais e estaduais de ensino, creches, instituições de caridade e empresas privadas como a Pomare, Celeiro Natural, Guarda Municipal, e de particulares que possuem seu contato. Possui certificado da vigilância sanitária. Paralelamente existe uma área de aproximadamente seis alqueires de terra produtiva, onde se planta milho, soja e ainda uma grameira, com finalidade de vendas para jardins e campos de futebol, que é administrada pelos filhos, que não residem na propriedade. Essas atividades não se iniciaram com o intuito de geração de renda, mas como uma ocupação profissional, atualmente correspondendo a cerca de 30% da renda, contudo, após o início da agroind ria a proprietária empreendeu, comprando equipamentos e veículos

que estão sendo pagos exclusivamente com recursos advindos da produção da agroindústria.

**Aspectos Socioambientais:** por se tratar de uma propriedade de agricultura orgânica certificada pela Rede de Agroecologia ECOVIDA, o local tem área de reserva legal. Vale destacar que possui o triplo do que é exigido por lei, e não apresenta passivos ambientais. No que se refere à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. No local de recepção dos visitantes há lixeiras identificadas. A água que abastece a propriedade provém de uma catação da Sanepar, mas a propriedade possui várias nascentes de água, e pela propriedade passa o Rio Arroio Dourado. O destino do esgoto consiste em fossa por zona de raiz. Atua como agroindústria há sete anos. Um dos netos que reside e ajuda na propriedade tem formação de Técnico em Meio Ambiente, além do fato de que na família tem uma Bióloga e um Engenheiro Ambiental, que contribuem quando necessário.

**Atendimento:** o Sítio Berlanda recebe visitantes em qualquer dia da semana, a maioria do local ou pessoas externas que buscam conhecer o circuito, mas de forma sazonal. A proprietária é responsável pela recepção dos visitantes, assim como faz o comando da produção alimentícia. A visita representa uma atividade a mais, que complementa as atividades da propriedade rural e contribui para a venda direta e promoção do local.

**Divulgação e Comercialização:** a forma de promoção do local ocorre por meio do marketing espontâneo, através do site do Circuito e do facebook.



Figura 14 – Berlanda Colonial  
Fonte Citur (2013)

## **Recanto das Artes**

**Estrutura familiar:** pertence ao casal Maria Eneli Davias e Dario Davias, auxiliados pelo seu Eneri Dares. O casal concluiu o Ensino Médio.

**Localização:** encontra-se situado na Rua Oscar Genehr, 150, na Comunidade do Lote Grande, a uma distância de 10 km da sede do município de Foz do Iguaçu.

**Descrição da Propriedade:** pequena propriedade rural, com área de quatro hectares (4 ha), onde o casal Dario e Eneli vivem e trabalham com artesanatos em fibras de bananeira e móveis artesanais rústicos com madeira reaproveitada, incorporando também algumas peças antigas, como rodas de carroça, polias e barris, criados por eles. O casal se dedica a essa atividade há cerca de oito anos, tendo produzido aproximadamente 1.200 peças únicas, de diversas variedades, tornando esse trabalho a principal fonte de renda da família. Foi a propriedade base para iniciativas de alguns artesãos junto a Vencer, também contribui com os atrativos oferecidos no circuito, assim como participação nas feiras, expondo e comercializando seus produtos.

Na propriedade é possível visitar a oficina e Museu do casal, percorrer uma trilha contemplativa em uma área de floresta nativa da região, adquirir peças de artesanato e, principalmente, desfrutar da hospitalidade do casal em boa conversa acompanhada de um saboroso chimarrão ou um café campesino.

**Aspectos Socioambientais:** aproveitam os troncos das árvores para as confecções dos móveis de madeira. O local tem área de reserva legal e não apresenta passivos ambientais. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. A água que abastece a propriedade provém de uma fonte e o destino do esgoto consiste em fossa por zona de raiz.

**Atendimento:** recebe visitantes em qualquer dia da semana, a maioria do local ou pessoas externas que buscam conhecer o circuito, mas de forma sazonal, assim como adquirir peças do museu, as quais também são expostas e vendidas em feiras relacionadas ao segmento. O atendimento é feito pelo casal.

**Divulgação e Comercialização:** a forma de promoção do local ocorre por meio do marketing espontâneo, através do site do Circuito e do facebook.



Figura 15 – Recanto das Artes  
Fonte Citur, 2013.

### **Recanto Gaúcho**

**Estrutura familiar** pertence a família do Sr. Dílson Ordakowski, auxiliado pelos seu filhos.

**Localização:** encontra-se situada na Rodovia das Cataratas, Km 15, a 2 km da entrada do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu.

**Descrição da Propriedade:** foi fundada por Dilson Ordakowski em 29 de novembro de 1995, mantendo acesa a chama do tradicionalismo gaúcho. A cada dia o lugar foi se aprimorando, e hoje conta com uma grande estrutura física, onde os visitantes podem desfrutar um pouco da cultura gaúcha e passar momentos de muita alegria e lazer.

Ao chegar no Recanto Gaúcho o visitante é recebido com boas vindas por prendas e peões. Além do tradicional Costelão no Fogo de Chão, há uma grande variedade de saladas e comidas campeiras servidas no almoço aos domingos ou reservado para festas e eventos. Tradicionalmente é cantada a Oração pela Família e cantado o parabéns crioulo para os aniversariantes da semana. A refeição é servida após os doze toques do sino, sendo esta mais uma das tradições da casa. O Grupo de Dança Chaleira Preta faz apresentações de danças gaúchas. A tradição gaúcha é regada por muita música tradicionalista.

**Infraestrutura:** o local dispõe de um bosque para quem quiser após a refeição descansar, em uma ampla área verde com redes armadas. Oferece Passeios a cavalo com segurança em meio à natureza, Piscina com Tobogã, Parque infantil, Tirolesa com 300 metros de extensão e 10 metros de altura, campo de futebol

suíço, campo de vôlei de areia, ampla área verde com lagos para desfrutar da paisagem ao canto dos pássaros. É a principal atividade da propriedade.

**Aspectos Socioambientais:** o local tem área de reserva legal e não apresenta passivos ambientais. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. No local de recepção dos visitantes há lixeiras identificadas. A água que abastece a propriedade provém de uma fonte, e o destino do esgoto consiste em fossa por zona de raiz.

**Atendimento:** está aberto aos domingos para almoço, abrangendo principalmente o público local, porém abre em qualquer dia da semana durante almoço ou jantar, através de agendamento, em grande parte para grupos de turistas e eventos, como festas de aniversários, confraternizações de empresas e grupos de amigos, shows, entre outros. O valor das refeições é de R\$ 30,00 por pessoa.

**Divulgação e Comercialização:** a forma de promoção do local ocorre por meio do marketing espontâneo, através do site do Circuito, site do empreendimento e do facebook.



Figura 16 – Recanto Gaúcho  
Fonte Recanto Gaúcho, 2013

Na sequência serão apresentadas as instituições de Foz do Iguaçu que atualmente possuem projetos relacionados com TBC. São elas: Instituto Polo Internacional Iguaçu (IPI), Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal do Paraná – ITCP – UFPR, Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Solidárias - INDIOS/ UNIOESTE, Associação VEMSER e Projeto Trinacional de Artesanato - Nãndeva.

## **Associação Vemser**

**Localização:** está localizada na Avenida Tancredo Neves, 5.950, Jardim Itaipu, em frente ao Ecomuseu, e a aproximadamente a 500 metros da entrada para a Usina de Itaipu, ou seja, próxima a um atrativo turístico.

**Associados:** a Associação é composta por treze pessoas, sendo que oito trabalham diariamente no galpão e cinco de forma esporádica.

**Atividades Desenvolvidas:** criada em 7 de setembro de 2010, em Foz do Iguaçu, formou-se a partir de artesãos e costureiras que se uniram e se organizaram com o objetivo de montar uma associação. Hoje instituída, a associação reúne artesãos que têm como foco o reaproveitamento de materiais que seriam descartados no meio ambiente, como papéis, sobras de tecido, sementes e, principalmente, o tronco de bananeiras, do qual se extrai a fibra para trabalhos de artesanato. A missão da Associação é oportunizar a obtenção de renda de seus associados por meio da capacitação, produção e comercialização de artigos de confecção, artesanato e produtos de papel artesanal.

**Atividades Relacionadas ao TBC e ECOSOL:** desde 2010, tem colocado em ação seus ideais como educação popular solidária, autogestão por meio do fornecimento de produtos para utilização nos empreendimentos e para o comércio direto ao turista, participando das reuniões em Foz do Iguaçu e nos encontros de formação do estado. As iniciativas para o crescimento do movimento na cidade estão divididas em grupos de apoio, poder público e empreendimentos. Os grupos de apoio buscam promover a integração das pessoas e os empreendimentos colocam em prática seus ideais de formação nos espaços criados pelo poder público e pelas entidades de apoio.

**Produção/capacidade:** devido ao número de associados ativos e experientes, a empresa conta com uma boa capacidade de produção, atendendo a clientes já fidelizados, os quais fazem pedidos constantemente. Os produtos são desenvolvidos de forma artesanal ou com costura. Os manuais mais solicitados pelos clientes são chaveiros, agendas e colares. As solicitações mais frequentes de costura são o fardamento militar e as roupas de cachorro. O público-alvo concentra-se nos moradores locais e turistas que visitam o local, também participam de feiras, para expor e vender seus produtos.

**Infraestrutura:** a produção é realizada em um espaço de aproximadamente 500m<sup>2</sup> emprestado, sendo este ideal para a realização do trabalho, que implica todo o processo de secagem da folha da bananeira, produção, armazenamento e venda. O único equipamento utilizado são máquinas de costura.

**Comercialização/parceiros/estrutura de atendimento:** o galpão conta com um espaço para atendimento ao visitante, onde estão expostos alguns de seus produtos. No entanto, os turistas não visitam o local, sendo que seus principais pedidos chegam sob encomenda. A comercialização também é realizada em exposições em feiras locais e regionais. A iniciativa não conta com página na internet para divulgação do seu trabalho, sendo este realizado pelo marketing espontâneo.

**Divulgação e Comercialização:** os produtos são expostos em feiras, eventos, show room, assim como no site do Citur e da associação.



Figura 17 – Associação Vemser  
Fonte: Vemser, 2013

### **Programa Trinacional de Artesanato - Nãndeva**

**Localização:** Avenida Tancredo Neves, na Itaipu Binacional.

**Atividades Desenvolvidas:** Nãndeva, que teve como núcleo gestor o SEBRAE e o PTI é um programa de desenvolvimento do artesanato, que busca o fortalecimento de uma identidade trinacional (na região de fronteira entre Argentina, Brasil e Paraguai), através da inserção de elementos e ícones que remetem à cultura desses povos, com foco no setor artesanal e design, articulando ações para capacitação, transferência de tecnologia e geração de emprego e renda.

Foi através do idealismo de Malba Aguiar e Juan Sotuyo que foi realizado em 2004 o I Workshop de Artesanato e Design, do qual resultaram peças com grande valor estético e cultural, nascendo a semente do que viria a ser o atual Programa Nãndeva, constituído após a execução de um Plano Diretor Trinacional elaborado por 23 entidades da região, no dia 25 de abril de 2006.

**Objetivos do Programa:** fortalecer a identidade trinacional através da produção artesanal, contribuir para a melhoria da qualidade do artesanato, buscar canais de comercialização dos produtos, gerando emprego e renda para os artesãos e transferir tecnologias aplicadas ao artesanato.

**Área de Abrangência:** está situada ao longo do rio Paraná, numa extensão de aproximadamente 600 km, compartilhados pelos três países. No Brasil, abrange os municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu, na Argentina, os municípios do estado de *Misiones*, saindo de *Puerto Iguazu* até Posadas e, no Paraguai, de *Ciudad del Este* até *Encarnacion*, na região compreendida pelo estado de *Alto Paraná* e *Itapúa*.

**Atividades Relacionadas ao TBC e ECOSOL:** o Nãndeva desde 2007, trabalha para que seus produtos sejam comercializados com preço justo, tanto para o cliente final quanto para os artesãos, contribuindo também para a distribuição de renda para todos. Desenvolvem produtos complementares a atividade turística, que falem da região, que mostrem sua história. O artesanato nesse sentido tem um papel complementar de atender à demanda turística. Quando o turista leva um dos artesanatos, estará levando também a vivência local.

**Comercialização/parceiros/estrutura de atendimento:** a comercialização dos Produtos Nãndeva não tem fins lucrativos, todo o valor gerado das vendas dos produtos é destinado aos custos de operação e revertido integralmente para o setor artesanal da região trinacional do Iguassu. Os produtos podem ser adquiridos nos pontos de venda, assim como no site [nandeva.com.br](http://nandeva.com.br), e o prazo para entrega de produtos em estoque é de 72h. Também é divulgado e comercializado em feiras e eventos.



Figura 18 – Artesanato Nandeva  
Fonte: Nandeva, 2013

### **Instituto Polo Internacional Iguassu**

**Localização:** Avenida das Cataratas, no Centro de Turismo

**Descritivo:** o Instituto é uma associação de direito privado, sem fins lucrativos, com características de entidade trinacional, que atua desde 1996 na integração da região, dando apoio a iniciativas e instituições que promovem a melhoria contínua e a prevenção de impactos adversos em prol do desenvolvimento econômico e social sustentável. Na sua missão está a atuação para a integração turística da Região Trinacional do Iguassu, do MERCOSUL e América Latina, por meio da criação, fomento e execução de programas, possibilitando transformar potencialidades em oportunidades, contribuindo com o desenvolvimento sociocultural, econômico e ambiental da região.

**Atividades Desenvolvidas:** atua em projetos focados na gestão e no desenvolvimento turístico de empresas, instituições e municípios de forma integrada, envolvendo os setores públicos e privados na busca de soluções inovadoras e sustentáveis para o crescimento do turismo. Desenvolve estudos e pesquisas com o objetivo de avaliar a oferta turística e conhecer a demanda e os impactos do turismo, estimulando a produção científica. Atua em projetos de capacitação e qualificação da comunidade para a inserção no mercado de trabalho com foco na inclusão social com vistas a excelência do Destino. É difusor da metodologia ABC, aprendizado baseado em competências.

**Atividades Relacionadas ao TBC:** em 2011 iniciou o primeiro projeto de turismo comunitário, atuando no fortalecimento do turismo sustentável e de base comunitária, apoiado pelo Mtur, tendo como principal objetivo a comercialização.

O projeto contou com a participação de doze iniciativas localizadas em sete municípios da região Oeste do Paraná. Tem realizado junto aos participantes oficinas de hospitalidade, formatação de produtos, incentivo a participação em feiras, viagens a destinos de TBC, ações pontuais de promoção, entre outros. Trabalha com o objetivo de fomentar o empoderamento, autogestão e comercialização das iniciativas de TBC, fomentando o desenvolvimento da atividade como uma renda complementar. Atua ainda na difusão do conhecimento sobre o tema.

### **Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal do Paraná – ITCP – UFPR**

**Atividades Desenvolvidas:** o trabalho com o TBC se iniciou no ano de 2009, com o projeto denominado Economia Solidária e Turismo no Estado do Paraná – ETUR- PR, a convite do Ministério do Turismo e da FINEP, em conjunto com instituições parceiras de Foz do Iguaçu, das quais se destaca a UNIOESTE, através da sua incubadora INDIOS, fruto da ação desse projeto. Com ECOSOL tem trabalhado desde 1999.

Tem por objetivo auxiliar e apoiar na identificação, formação e organização de empreendimentos, sistematização de experiências, compartilhar conhecimento e experiências dentro dos princípios da economia solidária, bem como na sua colocação no mercado. Essas iniciativas podem aparecer em dois formatos, como integrantes da chamada Cadeia Produtiva do Turismo ou como organizações da Produção associadas a essa atividade, ou seja, que participam no apoio ao fornecimento de produtos ou serviços para as organizações da cadeia produtiva.

### **Incubadora de Direitos Institucionais e Organizações Solidárias - INDIOS/ UNIOESTE**

**Atividades Desenvolvidas:** o trabalho com TBC teve início com o projeto ETUR no ano de 2009, porém com a temática ECOSOL já trabalha desde o ano de 2004. Realiza a incubagem do empreendimento CITUR, isto é, auxilia o grupo a conseguir seus anseios e os espaços junto ao turismo local. Desenvolve um projeto denominado Economia Solidária e Turismo no Estado do Paraná –

ETUR/PR, a convite do Ministério do Turismo e da FINEP, junto com a ITCP/UFPR. Esse projeto é desenvolvido em conjunto com algumas instituições parceiras de Foz do Iguaçu, como o Polo Iguaçu e a Secretaria Municipal de Turismo.

Objetiva auxiliar o empreendimento com base nos princípios da economia solidária para sua inserção no mercado local, através de diagnóstico, formação, consultoria, extensão universitária, produção de pesquisas científicas e sistematização de documentos, troca e sistematização de conhecimentos e aproximação da comunidade.

Possui iniciativas formativas e de assessoria a esse empreendimento junto a Cadeia Produtiva do Turismo local, ou com algumas organizações de Produção e Serviço voltadas à atividade turística, isto é, que participam como apoiadores no fornecimento de produtos ou serviços para essas organizações.

### **Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu**

O Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu localiza-se no município de Santa Terezinha de Itaipu (PR), tendo esse nome por estar na área do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria, que liga o lago de Itaipu ao Parque Nacional do Iguaçu. Esse corredor é um laboratório vivo para investigação, estudo e monitoramento da flora e fauna, utilizado pelas Instituições Educacionais, Unioeste e Faculdades Anglo Americano e vizinho da RPPN da Fazenda Santa Maria. Os trabalhos para a formação do Circuito tiveram início em 2011, através da iniciativa privada, impulsionado e apoiado pelo Núcleo de Turismo da ACISTI - Associação Comercial e Empresarial do Município e contraparte financeira de um grupo de empreendedores em turismo, hotelaria, propriedades rurais e restaurantes, como também apoio Institucional da Secretaria Municipal de Turismo e a Prefeitura local.

O Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu não está consolidado, possui três Roteiros: Roteiro Turístico Rural de Biodiversidade, de sete km, formado por duas propriedades rurais chácaras, que são lindeiras do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria, uma propriedade rural à três km e um sítio à oito km do centro urbano; Roteiro Turístico Urbano, formado

pelos atrativos do patrimônio público, praças, bosques, parque ecológico e museu, um hotel com balcão de informações e comercialização dos pacotes turísticos do circuito e de Turismo Convencional da Região; Roteiro Turístico Rural do Lago de Itaipu, formado pelas propriedades rurais que estão na região do Lago de Itaipu e próximas ao Terminal Turístico Alvorada de Itaipu, e um restaurante.

Busca-se nesse circuito desenvolver os segmentos: turismo rural, náutico, pesca e turismo educacional e educação ambiental na natureza. O turismo rural está ilustrado pela agricultura familiar e agroecologia, formado por quatro propriedades que estão de portas abertas para mostrar o modo de vida no campo aos turistas, e para as instituições de educação utilizarem esses espaços naturais para projetos de educação ambiental, visitas técnicas, estágios e Trabalhos de Conclusão de Curso.

A procedência é de visitantes regionais e a maior frequência é nos finais de semana. As visitas possuem de uma a quatro horas de duração, com necessidade de agendamento no balcão de informações e comercialização do PROTURNS – Projeto Turismo de Natureza Sustentável de Santa Terezinha de Itaipu, atividades pontuais diversificadas de organização, divulgação e promoção dos empreendimentos hoteleiros, de restaurantes, rurais, de artesanato, de recreação, saúde alternativa, artes, patrimônio público e afins do Município, em forma de Arranjos Produtivos Locais, promovido pelo Núcleo de Turismo da Associação Comercial e Empresarial de Santa Terezinha de Itaipu, em parceria com um Grupo de Empreendedores em Turismo, com ótica produtiva, social, educacional e ambiental, responsável pela criação do Circuito, e que contribui para organizar as visitas dos grupos interessados e fornece um guia para fazer o acompanhamento.

Os atrativos estão estruturados, possibilitando uma atividade e renda complementar através do turismo, principalmente para as famílias que oferecem refeições. Inicialmente a iniciativa apresenta condição para emissão de nota fiscal pelos agricultores, nota do Produtor Rural.

### **Chácara Muller.**

**Localização:** Linha Rio Bonito do Município de Santa Terezinha de Itaipu, entrando pelo Portal do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria. A distância da propriedade à sede do município é de 7 km, em estrada com calçamento de pedras. A área da chácara é de doze hectares. Faz parte do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu e do Núcleo de Turismo da ACISTI – Associação Comercial e Empresarial do município.

**Estrutura Familiar:** pertence à família Müller, que é formada pelo casal Aleixo Müller, descendente de alemães e poloneses, e Rosa Müller, descendente de Italianos e pelos sete filhos, que atualmente não residem na Chácara. Todos possuem ensino médio e superior. Aleixo Müller atualmente administra e trabalha na propriedade, também exerce o papel de guia e faz a interlocução com as outras propriedades do circuito.

**Atividades Produtivas:** a trilha eco educativa do bosque, a horta de produção orgânica para comercialização, os tanques para a produção de peixes e pesca, a ilha, o recorrido pelo potreiro para se aproximarem dos animais, vacas, cavalos e ovelhas que estão no espaço de pastagens da chácara, são salas vivas de educação. Possibilidades de passeio em charrete, e em ocasiões especiais, com prévio agendamento, recebem-se famílias para lazer nos finais de semana, acompanhadas da gastronomia local. Outras atividades são produzidas para consumo familiar e comercialização, como horta agroecológica, frutas e ovos.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade agroecológica recebe a visita de estudantes do ensino fundamental, médio e universitário, com agendamento prévio. Tem como principal atrativo a ilha para pesca e o bosque com trilha ecoeducativa, e como complemento a horta agroecológica para visita e comercialização da produção no município e em feiras.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de um espaço aberto, com bancos e mesas, o qual a família utiliza para servir lanche aos visitantes. Na propriedade também se encontram duas charretes com tração animal para a realização de passeios com os visitantes na propriedade e arredores.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação, pois é lindeira do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria. O destino do esgoto é a fossa séptica e a água utilizada é proveniente de nascente e poço artesiano comunitário. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis. O produtor Aleixo Müller realiza práticas sustentáveis na produção agroecológica e manejo da Chácara.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visita desde abril de 2007, quando teve como primeiros visitantes alunos de uma Escola Municipal de Laranjeiras, e posteriormente visitas técnicas de estudantes do Colégio Agrícola, acadêmicos de Engenharia Ambiental e Formandos de Turismo. As visitas são realizadas por grupos de estudantes e famílias locais.

Devido à ocupação da família com as atividades inerentes a agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento. A visita representa uma atividade a mais, que complementa as atividades da propriedade rural. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** é divulgada pelo seu proprietário, pelo departamento de turismo do município e PROTURNS e participantes do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu em eventos relacionados ao Turismo. Cobra-se o valor de R\$ 5,00 para visita e opcional para a pesca na ilha e compra de produtos da horta agroecológica.



Figura 19 – Chácara Mueller  
Fonte Oliveira, 2013.

## **Chácara Link**

**Localização:** Linha Nandi do Município de Santa Terezinha de Itaipu, a distância da propriedade à sede do município é de 3 km, parte em estrada calçada com pedra e parte sem pavimento. A área total da chácara é de trinta e seis mil e trezentos metros quadrados, com uma reserva legal de aproximadamente sete mil e quinhentos metros quadrados de reserva florestal, e uma expressiva lâmina d'água. O empreendimento faz parte do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu e do Núcleo de Turismo da ACISTI – Associação Comercial e Empresarial do município.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Link, que é formada pelo casal Magalias Link, descendente de alemães, e Adriana Palauro Link, descendente de Italianos, e por um filho menor de cinco anos de idade, estudante do ensino fundamental. Magalias Link é comerciante do ramo de papelaria e livraria e adquiriu a Chácara para voltar as raízes do campo onde nasceu. Atualmente administra e trabalha na propriedade, exclusivamente com a criação de peixe para venda e também exerce o papel de guia, fazendo a interlocução com as outras propriedades do circuito.

**Atividades Produtivas:** possui seis tanques para a produção de peixes e pesca, uma ilha com quiosque, um açude para banho e navegação em caiaque e o recorrido pelo potreiro para se aproximarem dos animais, vacas, que estão no espaço de pastagens da chácara. Possui uma pequena infraestrutura de restaurante, para atender até vinte e cinco visitantes, e a casa, sede da chácara, com dois quartos para hospedar até seis visitantes. Em ocasiões especiais, com prévio agendamento, recebem-se famílias para lazer nos finais de semana acompanhadas da gastronomia local. Outras atividades são produzidas para consumo familiar e comercialização, como peixe fileteado.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade tem como principal atrativo a ilha-quiosque para pesca e a venda do peixe. A propriedade recebe a visita de amigos e familiares e começará a receber estudantes e turistas com agendamento prévio.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de um espaço aberto, com bancos e mesas, um mini-restaurante com capacidade para até trinta pessoas, e a casa sede para hospedar até seis visitantes.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação, o destino do esgoto é a fossa séptica, e a água utilizada é proveniente de poço artesiano comunitário. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis, reflorestamento com espécies nativas e práticas sustentáveis na produção de uma pequena horta para consumo.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visitação esporádica, desde abril de 2011. Devido à ocupação da família com as atividades comerciais na área urbana, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento, pelo fato de complementa as atividades da propriedade rural.

**Divulgação e Comercialização:** a divulgação é realizada pelo seu proprietário, pelo departamento de turismo do município e PROTURNS, e participantes do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu em eventos relacionados ao Turismo. Cobra-se o valor de R\$ 5,00 para visitação e opcional para a pesca na ilha-Quioske, compra de peixe e utilização dos serviços do restaurante e hospedagem.



Figura 20 – Chácara Link  
Fonte A Autora, 2013.

### **Chácara Rio Bonito**

**Localização:** Linha Rio Bonito do Município de Santa Terezinha de Itaipu, entrando pelo Portal do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria. A distância da propriedade à sede do município é de 5 km, parte em estrada com calçamento de pedras e parte em estrada de terra. A área da chácara é de vinte e dois hectares.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Davies, que é formada pelo casal Egídio Davies e Eunice Davies, e pelos dois filhos, estudantes respectivamente do ensino fundamental e médio. Egídio Davies é funcionário público e divide seu tempo com a administração da propriedade e faz a interlocução com as outras propriedades do circuito. A Chácara Rio Bonito faz parte do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu e do Núcleo de Turismo da ACISTI – Associação Comercial e Empresarial do município.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é produtora de cítricos, possui um pomar para produção de limão e mandarina, para venda à CEASA, tanques para a produção de peixes para fornecer aos pesque-pagues, e a criação de gado leiteiro, com ordenho mecanizado para venda a uma cooperativa, e um recorrido pelo potreiro para se aproximarem dos animais, que estão no espaço de pastagens da chácara, e os tanques de produção de peixe são salas vivas de educação ambiental, e em ocasiões especiais, com prévio agendamento, recebem-se famílias para lazer nos finais de semana, acompanhadas da gastronomia local.

**Atrativos da propriedade:** tem como principal atrativo a roda de água vista desde a cerca que limita a Chácara do Corredor do Ecológico de Biodiversidade Santa Maria, bem como as visitas a área de ordenho mecanizado e aos tanques de produção de peixes e aos pomares.

**Infraestrutura:** dispõe do espaço total da Chácara para a realização de passeios com os visitantes na propriedade e arredores.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação, pois é lindeira do Corredor Ecológico de Biodiversidade Santa Maria. O destino do esgoto é a fossa séptica, e a água utilizada é proveniente de nascente e poço artesiano comunitário. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visitação desde março de 2010, quando teve como primeiro visitante alunos de aquicultura do Instituto Federal do Paraná e formandos de Turismo da UDC. Devido à ocupação da

família com as atividades alheias ao turismo rural, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento, complementando as atividades da propriedade rural.

**Divulgação e Comercialização:** Através de seu proprietário, do departamento de turismo do município e PROTURNS e do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu em eventos relacionados ao Turismo. Cobra-se o valor de R\$ 5,00 para visitação e opcional para a compra de produtos do pomar.



Figura 21 – Chácara Rio Bonito  
Fonte Oliveira, 2013.

### **Sítio Nossa Senhora de Lurdes**

**Localização:** Vila Bendo do Município de Santa Terezinha de Itaipu. A distância da propriedade à sede do município é de 8 km, parte do caminho em estrada asfaltada e parte sem pavimento. A área total da chácara é de catorze hectares.

**Estrutura Familiar:** pertence à família Preve, que é formada pelo casal Irio Damian Preve e Maria Custodio Possamai Della Preve, filhos de famílias descendentes de italianos, por dois filhos estudantes do ensino médio e universitário. Irio Damian Preve é comerciante do ramo de Alimentos e adquiriu o Sítio para voltar as raízes do campo onde nasceu. Atualmente administra e trabalha na propriedade, exclusivamente com a criação de animais, como vacas, cavalos, galinhas, ovelhas, porcos, perus e peixes, para o consumo e para venda. Também faz a interlocução com as outras propriedades do circuito. Faz parte do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu e do Núcleo de Turismo da ACISTI – Associação Comercial e Empresarial do município.

**Atividades Produtivas:** a casa sede do sítio tem capacidade para hospedar até doze visitantes e está aparelhada com utensílios de cozinha rural, tem uma

importante fonte de água natural e lama medicinal (argila), um açude tanque para a produção de peixe. O sítio recebe visitas do Programa de Educação Ambiental “Educar com a Natureza”, dirigidas a estudantes do ensino fundamental, médio e universitário, e grupos especiais para terapias com a natureza (yoga, lama medicinal e outras). Esta propriedade está projetada para se transformar em um complexo ecoturístico para hospedagem, lazer, recreação, terapias alternativas e educação ambiental, produzindo hortifrutigranjeiros para o consumo familiar, bosque com vegetação primária e uma pequena cachoeira com água apta para banho, e em ocasiões especiais, com prévio agendamento, recebe famílias para lazer nos finais de semana e gastronomia local.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade tem como principal atrativo o bosque com vegetação primária, com uma trilha ecoeducativa e uma pequena cachoeira com água apta para banho. Toda a área do sítio por si só já é um atrativo natural, que abriga uma área expressiva, com argila medicinal e a casa do sítio estilo rural, que se utiliza para eventos familiares, ferramentas agrícolas antigas para o futuro museu do sítio. O pomar com cultivo de uvas e frutas cítricas e os animais (vacas, patos, porcos, ovelhas, cavalos, galinhas) em seus espaços de crescimento.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de uma casa do Sítio, apta para receber até doze visitantes, com um área para pequenos eventos, com capacidade para até quarenta e cinco pessoas. Possui espaço aberto com bancos e mesas.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação, o destino do esgoto é a fossa séptica, e a água utilizada é proveniente de vertente. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis, reflorestamento com espécies nativas, práticas sustentáveis na produção de agrofrutihortigranjeiros para consumo, e em alguns casos comercialização.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visitação desde abril de 2010. Devido à ocupação da família com as atividades comerciais na área urbana, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento e complementam as atividades da propriedade rural.

**Divulgação e Comercialização:** Através de seu proprietário, do departamento de turismo do município e PROTURNS e os participantes do Circuito Turístico de Biodiversidade de Santa Terezinha de Itaipu em eventos relacionados ao Turismo. Cobra-se o valor de R\$ 5,00 para visita e opcional hospedagem e terapias alternativas, segundo os interesses do visitante.



Figura 22 - Sítio Nossa Senhora de Lurdes  
Fonte A autora, 2013

### **Estabelecimentos em São Miguel do Iguaçu**

As propriedades identificadas em São Miguel do Iguaçu possuem considerável estrutura para receber visitantes, porém cada uma delas inseriu o turismo como atividade complementar em diferentes momentos, tendo em vista que ainda não foi realizado no município um trabalho de roteirização das atividades. É perceptível a articulação dos proprietários dos empreendimentos que visualizam a união, tendo a parceria como peça fundamental para divulgação e comercialização de seus atrativos. As propriedades apresentam condições de emissão da Nota do Produtor Rural, e havendo necessidade, contam com o apoio da APROSMI (Associação de Produtores Orgânicos de São Miguel do Iguaçu). A divulgação ainda é insípida, apenas ocorre o marketing espontâneo, as propriedades não possuem material gráfico, apenas o Sítio Colina tem identidade visual e cartão de visita.

#### **Sítio Colina**

**Localização:** Acesso pela Rodovia Estadual PR – 497, a 12 km do centro do município de São Miguel do Iguaçu. O primeiro trecho é de pavimentação asfáltica e o segundo de terra.

**Estrutura Familiar:** pertence ao casal Salete Link e Amilcare Gozzi. O casal concluiu o Ensino Médio e dominam o idioma italiano e espanhol. Ressalta-se que o Sr. Amilcarre Gozzi nasceu na Itália.

**Atividades Produtivas:** a principal atividade produtiva é a agroindústria de vegetais, através da diversidade de cultivos da agricultura orgânica, onde se destaca a produção de café, com três mil pés, e tomate com cerca de cem plantas, com produção anual de aproximadamente mil quilos. Também ocorre a produção de feijão, mandioca, milho, abacaxi, banana, mamão, acerola, limão rosa e coco verde, com destaque para a panificação e a culinária italiana contemporânea.

**Atrativos da Propriedade:** propriedade rural familiar tipicamente italiana, que tem como atividades produtivas o cultivo e a comercialização do Café e do Abacaxi Orgânico, e um Restaurante que tem no cardápio refeições da cozinha italiana contemporânea, preparados com alimentos orgânicos cultivados no local, com destaque para o risoto de cogumelos, tortelone de espinafre e o pão denominado de tigela.

No local também se encontram produtos que são produzidos artesanalmente como massas, polpa de tomate, tomate seco, polpas e frutas, compotas, doces e bolos que o visitante poderá adquirir. Entre outras atividades, a propriedade oferece um passeio orientado em meio ao cultivo o café, bem como trilhas na mata e um espaço no bosque para descanso com redário. Dispõe também de espaço para hospedagem, complementada pela rusticidade e elementos estéticos como peças antigas, carroças, rodas e uma trilhadeira, utilizada para debulhar espigas de milho.

**Infraestrutura:** na sede da propriedade, encontra-se a casa da proprietária, logo à frente está localizada a área onde são servidas as refeições, que também é utilizada como garagem. Esse espaço é estruturado com pilares de madeira (troncos), aberto nas laterais e coberto com telhas de barro. No local há duas mesas grandes com bancos em madeira, uma churrasqueira em alvenaria, uma prateleira com amostras de algumas sementes e uma geladeira. Para minimizar a temperatura em dias quentes há dois ventiladores de teto. A propriedade não dispõe de estrutura de lazer e hospedagem.

**Aspectos Socioambientais:** por se tratar de uma propriedade de agricultura orgânica certificada pela Rede de Agroecologia ECOVIDA, o local tem área de reserva legal e não apresenta passivos ambientais. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. No local de recepção dos visitantes não há lixeiras identificadas, e os resíduos recicláveis ficam dispostos de modo inadequado. A água que abastece a propriedade provém de uma fonte, e o destino do esgoto consiste em fossa por zona de raiz.

**Atendimento:** tem capacidade para receber simultaneamente quarenta visitantes. Embora seja uma propriedade potencial, as visitas são sazonais. A maioria parte da demanda é proveniente da região. Devido à ocupação dos proprietários com as atividades inerentes à produção orgânica e agroindústria, e a baixa demanda turística do município, o atendimento aos visitantes é realizado esporadicamente e deve ser feito através de agendamento prévio, uma vez que somente o casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições.

A visita representa complemento as atividades da propriedade rural e contribui para a venda direta e promoção do local. Como a atividade orgânica se utiliza de tecnologias diferenciadas, ocorre também apenas a visita para conhecer o processo de cultivo orgânico, as quais também são agendadas.

**Divulgação e Comercialização:** através do marketing espontâneo, agendamento local, Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguazu e redes sociais. O valor das refeições varia de R\$ 20,00 a R\$ 30,00 por pessoa, e a Hospedagem, R\$ 40,00 por pessoa.



Figura 23 – Sítio Colina  
Fonte: Site SMI, 2013.

## **Sítio Arruda**

**Localização:** Linha Urussanga, a uma distância de 11 km do centro da cidade de São Miguel do Iguçu, sendo 1 km de distância da estrada principal. No primeiro trecho o acesso por asfalto, e no segundo, de cascalho.

**Estrutura Familiar:** pertence à família Arruda, formada pelo casal Luiz Antônio Arruda e Albertina Aparecida Madeira, e pelo seu filho Ricardo Brito Madeira, o qual vive com os pais na propriedade. Quanto à escolaridade, o casal concluiu as primeiras séries do ensino fundamental, e seu filho está estudando.

**Atividades Produtivas:** a atividade produtiva expressiva na propriedade de seis hectares é a agricultura orgânica, cultivada em quase toda a área da propriedade, cinco hectares, com destaque para a produção e comercialização do Café Orgânico certificado, e Agroindústria que trabalha o processamento da polpa de frutas como a acerola, abacaxi, morango, framboesa e goiaba.

**Atrativos da Propriedade:** propriedade rural familiar, oferece como atividade uma visita orientada pelo casal em meio a Agrofloresta, através de uma trilha de aproximadamente oitocentos metros, onde o visitante conhece o processo produtivo e cultivo de outras plantas e frutas como a banana, uva, mamão, palmito, pupunha e seringueira, além de degustar um delicioso suco natural das frutas produzidas na propriedade, e a possibilidade de adquirir os produtos. Também é oferecido o serviço de refeição, no qual o prato principal é a galinhada, com saladas e sucos orgânicos, servida embaixo das árvores num ambiente natural.

**Infraestrutura:** a estrutura é simples, contempla a casa dos proprietários, a agroindústria e um espaço adaptado no quintal para servir as refeições. O sanitário utilizado pelos visitantes é o banheiro da agroindústria de polpas de frutas.

**Aspectos Ambientais:** a propriedade mantém área de reserva legal e preservação permanente. Não há presença de passivos ambientais. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na lavoura e os recicláveis são destinados a coleta seletiva. No local de recepção dos visitantes não há lixeiras identificadas. A água que abastece a propriedade provém de uma nascente, e o destino do esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** as visitas são esporádicas e devem ser agendadas previamente, considerando que a recepção e elaboração das refeições é realizada pelo casal, que tem como principal atividade a produção orgânica e a agroindústria, o que torna a propriedade referência no município pela organização e experiência na agricultura orgânica. As visitas são atividades complementares à propriedade, contribuindo para a venda direta dos produtos. Recebem visitantes que buscam o local com o objetivo de conhecer a dinâmica de uma propriedade orgânica. Além dos grupos regionais e do Brasil, recebem grupos dos Estados Unidos, Europa, provenientes da Alemanha, França, Suíça, Dinamarca, entre outros, oportunizando mudar um pouco a mentalidade das pessoas para a produção orgânica e a qualidade de vida.

O proprietário conciliou a vocação da propriedade para o que precisava no momento, vive em comunhão com a natureza, não extraindo mais do que precisa para viver com qualidade de vida, procurando sempre ter uma postura caridosa de fornecer para as pessoas todo seu conhecimento.

O valor da visita técnica é R\$ 10,00 por pessoa e quando estudante, R\$ 3,00. Quando as visitas incluem serviço de alimentação não é cobrada a taxa de visita, e o valor é R\$ 18,00 por pessoa.

**Divulgação e Comercialização:** através do marketing espontâneo, Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguaçu e APROSMI.



Figura 24 – Sítio Arruda  
Fonte A autora, 2013

### **Sítio Fonte do Macuco**

**Localização:** Linha Ipiranga, a propriedade da família Maioli encontra-se a uma distância de 7 km do centro da cidade de São Miguel do Iguçu, com entrada próxima da estrada principal.

**Estrutura Familiar:** pertence à família Maioli, somente o Sr. José Stefan Maioli cuida da propriedade, com ajuda de três funcionários. Seus familiares dedicam-se a outras atividades. O proprietário concluiu o curso de técnico em contabilidade no ensino médio e adquiriu a propriedade como forma de lazer.

**Atividades Produtivas:** a propriedade está focada no cultivo orgânico, considerando a vontade e capacidade técnica do proprietário em sempre estar inovando e diversificando. Contempla a plantação de milho, mandioca, feijão, batata doce, abacaxi, café, laranja, limão, melancia, mamão, figo, banana, cana-de-açúcar, linhaça dourada, amaranto, quinua, girassol, horta orgânica, ervas medicinais e condimentares. A produção é comercializada por meio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e pelos visitantes no local.

**Atrativos da Propriedade:** visita guiada pelo proprietário nas trilhas ecológicas, que apresenta a propriedade e as atividades desenvolvidas desde o plantio em viveiros até o cultivo em meio da agrofloresta, mostrando e explicando sobre a produção de ervas medicinais e condimentares, hortaliças, frutas e sementes. São mais de 180 tipos de plantas, 20 tipos de frutas, mais de 60 tipos de ervas medicinais e produção de hortaliças sem agroquímicos, podendo ser praticado o “Colhe e Pague”. A propriedade também contempla um museu, “O Colono”, com aproximadamente cem peças e instrumentos que retratam a história das atividades desenvolvidas no campo pelos colonos. Na entrada da propriedade constata-se a harmonia dos canteiros orgânicos e da agrofloresta, formando belas paisagens naturais. Na área externa da residência foi organizado um espaço com mesas e cadeiras para serem servidas as refeições, e na área interna da casa, o produtor comercializa seus produtos: compotas, conservas e ervas medicinais.

**Infraestrutura:** as estruturas construídas são simples: uma casa com um quarto, sala, banheiro e cozinha, em estilo rústico, feita em madeira, com janelas antigas. Na área externa da residência tem dois banheiros para uso dos visitantes e estrutura com mesas e cadeiras, onde são servidas as refeições. Ao lado da casa

está o museu, que contempla o maior acervo histórico do município, com muitas peças antigas.

**Aspectos Socioambientais:** na propriedade não passa rio, portanto, não há área de preservação permanente. Embora não seja certificada, a propriedade contempla alguns critérios da produção orgânica: presença de área de reserva legal e ausência de passivos ambientais evidentes. No que se refere à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na compostagem e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. A água que abastece a propriedade provém de um poço artesiano e o destino do esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** as visitas são esporádicas e devem ser previamente agendadas, considerando que o proprietário é responsável pela recepção dos visitantes, e quando se trata de servir refeições, faz-se necessário um planejamento da família para atender à demanda. A visitação representa uma atividade complementar da propriedade rural e contribui para a venda direta e promoção do local. A demanda de visitantes é regional e tem interesse no conhecimento do processo de cultivo orgânico.

**Divulgação e Comercialização:** marketing espontâneo e Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguacu. A estratégia de comercialização é a venda direta, de forma autônoma, direto com o produtor, através de agendamento. Para conhecer a propriedade e seus cultivos, o proprietário não cobra nenhuma taxa de entrada. O valor das refeições é de R\$ 14,00 por pessoa. O local serve um prato tipicamente rural: risoto de frango caipira/galinhada com saladas orgânicas e suco natural.



Figura 25 – Sítio Fonte do Macuco  
Fonte A autora, 2013

## **Recanto Olina Scheffer**

**Localização:** a propriedade localiza-se na comunidade Cacic, distante sete km da sede do município de São Miguel do Iguaçu, sendo cinco km de estrada asfaltada e dois km de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** pertence à família Scheffer, formada pelo casal Sergio Cardoso Scheffer e Lenir Scheffer, e pelos filhos: João Elias Scheffer e Juliane Scheffer. Todos na família concluíram o ensino médio e a filha Juliane fez curso superior de Psicologia.

**Atividades Produtivas:** possui uma área de quarenta e oito hectares, sendo dezessete destinados à plantação de soja e milho. Também se destaca a criação de gado de corte, aproximadamente trinta animais, ovelhas e frangos. O gado leiteiro e a horta são destinados ao consumo familiar.

**Atrativos da Propriedade:** durante a estada, os visitantes convivem diretamente com rotina do campo, incluindo aventura e experiência na fazenda, com direito a alimentar o rebanho de ovelhas e passear a cavalo. A culinária rural e orgânica também é valorizada. Os ingredientes que vão à mesa são cultivados pela própria família. O cardápio contribui inclusive para a troca de experiências culturais. Além do sossego da natureza, o contato com os animais, a hospitalidade é completa, com as receitas do campo.

**Infraestrutura:** a propriedade dispõe de um espaço amplo e rústico utilizado para hospedagem, refeições e entretenimento para desfrutar do ambiente natural que o campo proporciona. A antiga estrebaria foi restaurada e funciona como recepção da propriedade. O estábulo, onde nos dias frios e chuvosos os terneiros dormiam, foi reformado, dando espaço para três dormitórios.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade mantém área de reserva legal e preservação permanente. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na horta (compostagem) e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. A água que abastece a propriedade provém de poço comum, e o destino do esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** a propriedade está sempre aberta para visitação, porém a recepção ocorre mediante agendamento.

**Divulgação e Comercialização:** através da Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguaçu e redes sociais.



Figura 26 – Recanto Olina Scheffer  
Fonte: facebook

### **Aldeia Indígena Avá Guarani**

**Localização:** Distrito de Santa Rosa do Ocoy, tendo-se acesso através da Rodovia Estadual PR – 497, saída para o município de Missal e estrada Ângelo Verona, no município de São Miguel do Iguaçu. A distância da propriedade ao centro urbano do município é de catorze km.

**História:** na aldeia indígena Avá-Guarani ainda é possível encontrar traços nativos dos primeiros habitantes do Brasil, estes sintetizados na fala da língua guarani, na religião, e pelas autoridades do cacique e do pajé, uma das pessoas mais procuradas e respeitadas na aldeia. Ambos representam juntamente as famílias o eterno renascer da vida, glorificada pelo Deus Tupã, que tem o Deus Sol seu inseparável companheiro.

Viviam próximos das barrancas do Rio Paraná, na região da tríplice fronteira (Brasil, Argentina e Paraguai), e com a formação do lago de Itaipu, em 1982, foram encurralados numa área de duzentos e trinta e um hectares, às margens do lago, em lotes, com menos de mil metros quadrados. São oriundos basicamente da região de Santa Helena, porém nos últimos anos um grande número de índios migrou do Paraguai. O contingente de “estrangeiros”, de certa forma, deixou algumas famílias sem os benefícios sociais, como aposentadoria, vale celular, Bolsa Família e Bolsa Escola. Mesmo assim, todos têm direito ao atendimento médico (duas vezes por semana um médico atende na aldeia), moradia com luz

elétrica, água aquecida, geladeira e televisão. As meninas casam no início da puberdade (entre 13 a 16 anos) e formam famílias com uma média de 4,5 pessoas por moradia. As mulheres cuidam dos filhos, cozinham e fazem peças de artesanato. Alguns rapazes trabalham fora no plantio de fumo, colheita manual de mandioca, silos e no frigorífico da Cooperativa Lar em Matelândia.

A Escola Teko Nemoingo é uma das mais estruturadas fisicamente da região Oeste do Paraná. Atende em média duzentos e cinquenta alunos, divididos em pré-escola, educação infantil de 1ª à 4ª séries (cem alunos), de 5ª à 9ª séries (mais 100 estudantes) e ensino médio, com vinte alunos, destes, apenas três, que no final do ano terão o certificado do ensino médio completo. A noite funciona a Educação para Jovens e Adultos e uma turma de alfabetização. Entre professores, pessoal da limpeza, administrativo e merendeiras trabalham no estabelecimento de ensino trinta funcionários. O ensino bilíngue (português e guarani) aos poucos está sendo implantado nas séries iniciais. O guarani (que é falado em todas as famílias) é ensinado por uma professora da aldeia, três vezes por semana, da 6ª série em diante.

**Estrutura Aldeia:** possui uma área de duzentos e trinta e um hectares e abriga aproximadamente seiscentos e trinta índios, trezentos e trinta são mulheres e trezentos homens, que integram cento e quarenta e duas famílias, que conservam suas tradições na habitação, alimentação, artesanato e costumes trabalhados, através da música, da dança e cerimônias, formando a maior tribo de Guaranis no Sul do Brasil. Recebem assistência da FUNAI - Fundação Nacional do Índio, da FUNASA - Fundação Nacional de Saúde e da Prefeitura Municipal.

Encontra-se instalada na reserva uma escola, um posto de saúde e um galpão para guarda de ferramentas utilizadas na agricultura. Na aldeia, os aborígenes só falam o Tupi Guarani. Poucos conseguem se expressar em português, e é dessa forma que conseguem manter os costumes de seu povo. Preservam suas danças, cantos e cerimônias. Uma das manifestações de preservação de sua cultura é a formação de um coral infanto-juvenil de trinta vozes, que cantam músicas religiosas na língua nativa e o grupo de dança Guarani Acico, que apresenta danças guerreiras. O coral indígena e o grupo de danças se apresentam em eventos organizados pelo município, mas se for agendado com antecedência, os

grupos podem ser contratados para apresentações em eventos em outros municípios, ou pode-se usufruir desse espetáculo em visitas pré-agendadas na aldeia. As casas são construídas de sapé, com paredes de barro, galhos de árvores, taquaras e cipós.

**Atividades Produtivas:** sobrevivem da agricultura, sendo que setenta hectares são destinados ao plantio de milho, feijão, arroz, mandioca, amendoim, batata, banana, melancia, para o consumo comunitário. Somente o excedente é vendido.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade mantém área de reserva legal e preservação permanente. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na horta (compostagem) e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. A água que abastece a propriedade provém do Rio Ocoy.

**Atrativos da Propriedade:** a aldeia conta com o Coral Avá-Guarani, mostra e venda de artesanatos, representado pela confecção da “Árvore da Vida”, que demonstra a luta pela vida dos animais durante a formação do Lago de Itaipu, sendo também considerado o artesanato oficial do Município através da Lei 1729 de 17/11/2005.

**Atendimento:** a aldeia recebe pessoas interessadas em conhecer a rotina e cultura indígena. O passeio dura aproximadamente duas horas, em grupos de trinta pessoas, e ocorre através de agendamento pelo telefone. Está aberto para visita de terça a domingo, das 9h às 17horas. No local as pessoas podem ver apresentações do coral e danças típicas indígenas, além de adquirir artesanato. Recomenda-se, ao visitar a reserva, solicitar a autorização junto ao cacique da tribo.

**Divulgação e Comercialização:** através da Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguaçu e redes sociais.



Figura 27 – Aldeia Indígena Avá Guarani  
Fonte: Site SMI, 2013.

### **Comunidade Quilombola APEPU**

**Localização:** Linha Guanabara, às margens do Parque Nacional, a distância da propriedade ao centro urbano do município de São Miguel do Iguçu é de 22 km.

**Estrutura Familiar:** a comunidade hoje é formada por cinco famílias, cerca de quarenta pessoas, que vivem da agricultura de subsistência partilhada em pequenas roças de milho, mandioca e horta comunitária. Começou a ser ocupada em 1901, por escravos que fugiam das fazendas. Na época viviam cento e setenta pessoas em uma área de oitenta alqueires. Com a compra das terras por fazendeiros, hoje restou uma área de apenas cinco alqueires, reconhecida como remanescente de quilombola em outubro de 2006 pela Fundação Cultural Palmares, do governo federal.

**História:** Quilombolas é designação comum aos escravos refugiados em quilombos ou descendentes de escravos negros, cujos antepassados no período da escravidão fugiram dos engenhos de cana-de-açúcar, fazendas e pequenas propriedades onde executavam diversos trabalhos braçais para formar pequenos vilarejos chamados de quilombos. Mais de duas mil comunidades quilombolas espalhadas pelo território brasileiro mantêm-se vivas e atuantes, lutando pelo direito de propriedade de suas terras, consagrado pela Constituição Federal desde 1988.

A expressão Quilombo deriva da palavra Kilombo da língua Mbundo do tronco linguístico Banto, com significado provável de sociedade como manifestação de jovens africanos guerreiros/as, Mbundo, dos Imbangala. Também a etimologia da

palavra deriva do Quimbundo (Kilombo) significando 'acampamento', 'arraial', 'povoação', 'capital', 'união' e ainda 'exército'.

**Descritivo do Local:** conhecida como APEPU, nome em referência a um tipo de laranja, é uma das oitenta e seis comunidades quilombolas reconhecidas como descendentes de escravos no Estado do Paraná. Possuem dez alqueires destinados às subsistências das famílias.

**Educação:** seis integrantes da comunidade estão voltando a estudar, se deslocam à área urbana para frequentar o Centro de Estudo para Jovens e Adultos de São Miguel do Iguaçu. Os demais quilombolas recebem a didática escolar na própria casa, com uma professora que mora na comunidade.

**Biblioteca:** a Eletrosul, ligada ao governo federal, entregou em 2012 livros para formação de uma biblioteca para a comunidade quilombola, o que incentivou tornarem a leitura como algo mais frequente.

**Tradições:** religião católica, uso de ervas medicinais e partos caseiros são tradições da família quilombola. A três km de onde moram está localizada a igreja católica construída em 1945 pelos avôs dos irmãos Correia, na época era de madeira, e agora os moradores a reformaram em alvenaria. A pequena igreja de poucos metros quadrados foi construída após promessa do pai dos Correia. De madeira se tornou alvenaria. Cultos e pagamentos de promessas ainda são celebrados neste espaço

**Atividades Produtivas:** sobrevivem da agricultura, através do plantio de milho, feijão e mandioca, criação de porcos e galinhas, possuem uma horta e um pomar coletivo.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade é circundada pelo Parque Nacional do Iguaçu. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Referente à reciclagem, os resíduos orgânicos são reaproveitamentos na horta (compostagem) e os recicláveis são destinados à coleta seletiva. A água que abastece a propriedade provém da nascente de um rio.

**Atrativos da Propriedade:** como remanescentes de quilombo, mantêm as tradições como cultivo da medicina natural, artesanato, folclore e agricultura familiar. Os moradores também realizam uma tradicional festa junina que costuma atrair muita gente de fora. Uma vida em comunidade, levada de forma humilde, é

o que qualquer pessoa poderá encontrar na comunidade quilombola, localizada no distrito de Apepu em São Miguel do Iguaçu. Porém essas pessoas agora têm mais a contar do seu passado e do seu futuro.

**Atendimento:** a comunidade recebe pessoas interessadas em conhecer a rotina e cultura dos quilombolas. O atendimento ocorre somente através de agendamento.

**Divulgação e Comercialização:** através da Prefeitura Municipal de São Miguel do Iguaçu e redes sociais.

**Necessidades:** reformar o barracão onde é realizada a festa junina, a fim de atrair mais turistas e gerar renda com a venda de comidas típicas também em outras épocas do ano.



Figura 28 – Comunidade Quilombola APEPU

Fonte: Site SMI, 2013.

### **Assentamento Antonio Companheiro Tavares - ITEPA**

**Localização:** BR 277, Km 703 - Nova Roma, no município de São Miguel do Iguaçu. Localiza-se em uma área de cento e oitenta e oito hectares, porém o assentamento não foi averbado em alguns lugares, tendo atualmente oitenta hectares para uso.

**Descrição da Propriedade:** ITEPA é uma entidade sem fins lucrativos, não tem apoio de nenhum órgão governamental. A política local é de trabalhos voluntários, os quais recebem ajuda de custo, moradia, e hospedagem. Abrange quatro setores: o pedagógico, em que o turismo está inserido, definido dentro de espaços e estrutura humana, o administrativo que cuida dos aspectos de moradia, cozinha, padaria e infraestrutura básica, a produção, que cuida de todo o ambiente da produção agropecuária, principalmente pelo fato de estar em transição do modo convencional para o agroecológico e os cursos informais.

O território é a antiga Fazenda Mitacoré, de propriedade de Zé Eduardo, massa falida do Bamerindus, cuja pretensão do governo era de leiloar, porém em 1997 e 1998 o território começou a ser invadido por trezentos e cinquenta famílias que começaram a acampar na BR.

**Atividades Produtivas:** os assentados se dedicam à produção de leite, verduras e frutas, recebem lotes e recursos do governo para construção de suas casas. Os requisitos básicos são: ser oriundos da Agricultura e pelo MST (ser membro) e acampar, se não for contemplado pela reserva agrária, tem um contrato de uso e usufruto da propriedade, o INCRA faz um plus e avalia caso queira sair do assentamento. Para ocupar espaço tem que ser uma família assentada em outro local pelo INCRA (órgão jurídico que legaliza tudo).

**Infraestrutura:** atualmente são oitenta e três famílias assentadas, sendo que oito famílias vivem a serviço da escola, que contempla Biblioteca pública, com projeto específico, tendo em vista que parte do acervo foi obtido através de doações de livros. Prioritariamente usufruem os assentados, alunos e estudantes próximos. Junto à biblioteca funciona o Telecentro e possui sinal de internet, próximo a esse local, localiza-se a Ciranda escolar, espaço para crianças de zero a seis anos, as crianças que possuem mais de seis anos estudam em SMI. O assentamento também contempla refeitório, plenário, barracas para guardar máquinas, secretaria, prédio pedagógico, padaria e alojamento. Como atrativos turísticos, identifica-se a agroecologia, a educação, trilhas, Reserva APP Lago, plano de manejo, IAPAR, Silseg bem apurado, açude, argila e bosque nativo.

**Atendimento:** o portão do assentamento fica aberto durante a semana das oito às dezoito horas. Dos visitantes, é cobrado uma taxa referente aos serviços oferecidos, como alimentação e alojamento. Possibilita vivenciar a vida em um assentamento e conhecer suas estruturas.



Figura 29 - ITEPA  
Fonte: A Autora, 2013

### **APROSMI – Associação dos Produtores de Agricultura e Pecuária Orgânica de São Miguel do Iguaçu - PR**

**Localização:** Rua Nereu Ramos, 440, no município de São Miguel do Iguaçu.

**Descrição da Entidade:** sociedade civil sem fins lucrativos, com personalidade jurídica, fundada em fevereiro de 2002. Decretada de utilidade pública pela lei municipal 1.725/05 e decretada OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público em 2005. Tem como missão promover a viabilidade econômica social e ambiental de pequenos agricultores, apicultores, meliponicultores e artesãos familiares, fortalecendo o Associativismo, e buscando a qualidade de vida dos produtores e consumidores, através da produção agroecológica ou em conversão.

**Infraestrutura:** com duzentos e setenta e seis metros quadrados de área construída, a sede possui modernos equipamentos para que os agricultores possam armazenar com segurança os seus produtos, que serão ofertados à população, com: dosador a pedal conjugado com seladora; despulpador de frutas; expositores de frios, laticínios e bebidas; ilha para resfriamento de frios e carnes; refresqueira de pá (mexedor); gondôla dupla; balança e gondoloca simples.

**Associados:** são duzentos e sessenta produtores familiares associados. As famílias atendidas possuem áreas de meio a vinte e cinco hectares e produzem trinta e seis toneladas de hortaliças, frutas e legumes durante oito meses do ano. Acompanham quinze famílias rurais no desenvolvimento do turismo, no artesanato são trinta sócios e na apicultura, trinta e cinco.

**Produtos:** os principais produtos são: olerícolas em geral, frutas *in natura*, polpa de frutas, café, bolachas caseiras, mel, leite e grãos.

**Setores:** agricultura, pecuária, apicultura, meloponicultura, fruticultura, olericultura, comercialização, eventos/feiras, intercâmbio, turismo rural e artesanato.

**Projetos:** Projeto Agrofloresta, Projeto Apicultura, Projeto Compostagem, Projeto Gado de Leite e Projeto Horta Mandala.

**Atendimento:** horário comercial.



Figura 30 – APROSMI  
Fonte: A Autora, 2013

### **Estabelecimento em Medianeira**

Identificou-se em Medianeira uma propriedade que possui considerável estrutura para receber visitantes, inserindo o turismo como atividade complementar, tendo em vista que ainda não foi realizado no município um trabalho de roteirização das atividades. A divulgação ainda é insípida, apenas ocorre o marketing espontâneo, a propriedade não possui material gráfico.

### **Recanto Olivo**

**Localização:** Linha São Brás, do município de Medianeira, acesso através da rodovia federal BR 277, distante sete quilômetros do núcleo urbano, sendo três quilômetros de estrada asfaltada e quatro quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Olivo, que é composta pelo casal Valentim Olivo e Marinês Olivo, e pelos filhos Rodrigo Olivo e Renato Olivo. Referente à escolaridade, o Sr. Valentim concluiu o ensino fundamental e a Sra. Marinês o ensino básico. O filho Rodrigo está cursando o ensino superior e o

filho Renato está cursando o ensino fundamental. O casal domina o idioma italiano.

**Atividades Produzidas:** área natural localizada às margens do Rio Ocoy, a propriedade é formada por uma área de vinte e seis hectares, onde a família mantém como atividades produtivas o cultivo de soja e milho, em uma área de dez hectares, e a criação de frangos em um aviário de sessenta metros quadrados. Na propriedade também existem outras atividades que são para o consumo da própria família, como o cultivo de hortaliças, a criação de frangos, a produção de ovos e o cultivo de frutas.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade apresenta como atrativos principais a gastronomia típica e a estrutura de lazer. Em função de suas áreas naturais, é um local propício para banhos, pescaria, caminhadas, atividades esportivas e de relaxamento. Dispõe de camping, lanchonete, banheiros com chuveiros, churrasqueiras, campo de futebol, quadra de vôlei, trilha na mata, quiosques para pernoite e equipamentos esportivos e almoço rural sob reserva antecipada. A alimentação é servida em um restaurante rústico no local, sendo composta por empadão de mandioca, risoto e saladas.

**Infraestrutura:** referente à infraestrutura, a propriedade dispõe de um local específico para servir as refeições aos visitantes. Trata-se de um restaurante (uma construção rústica, com cozinha, churrasqueira, bancos, mesas e banheiros.). Além desse espaço, pode-se verificar também a presença de quinze quiosques, os quais foram concebidos com mesas, bancos, churrasqueira e pia. Além de campo de futebol, uma quadra de vôlei e um *playground*.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade possui área de reserva legal e está ocorrendo a recomposição da área de preservação permanente nas margens do rio que passa pela propriedade, onde antes existiam churrasqueiras e mesas. Quanto ao destino do esgoto gerado na propriedade, constatou-se que no local é utilizada uma fossa séptica. Por sua vez, a água utilizada pela família é proveniente de poço artesiano. Ocorre a prática da separação dos resíduos orgânicos e recicláveis.

**Atendimento:** a propriedade se encontra aberta à visitação desde de 2001, quando foi estruturado o Recanto Olivo. Segundo a família, o fluxo de visitantes

na propriedade é intenso no verão, notadamente nos finais de semana, e baixo no inverno. Embora a família não realize um controle estatístico, estima-se que o público principal do Recanto é formado por famílias, as quais são procedentes em sua grande maioria da própria região.

A propriedade encontra-se aberta para a visita todos os finais de semana, sem necessidade de agendamento. O horário de atendimento é das 8h da manhã às 20h. A família e mais quatro funcionários contratados temporariamente cuidam da recepção dos visitantes, da organização do espaço, do monitoramento das crianças, assim como da elaboração das refeições (quando solicitadas previamente). Durante a semana é possível visitar a propriedade mediante agendamento. O mesmo para atendimento de serviço de refeições. Os pratos elaborados consistem em comida caseira, com destaque para o risoto, o empadão de mandioca e as saladas orgânicas.

**Divulgação e Comercialização:** a família Olivo adota como principais estratégias de divulgação a distribuição de folders e cartões aos visitantes na propriedade. A divulgação também ocorre pelo marketing espontâneo. Não há página na internet para a divulgação da propriedade. O Recanto Olivo não possui uma estratégia de comercialização fora da propriedade. Os serviços de alimentação e lazer são comercializados diretamente na propriedade. O almoço custa R\$ 15,00 por pessoa. Os quiosques também são alugados por esse valor.



Figura 31 – Recanto Olivo  
Fonte: Facebook

## Estabelecimentos em Matelândia

### Circuito Sabiá

O Circuito Sabiá localiza-se no município de Matelândia (PR), tendo esse nome pela proximidade com o Rio Sabiá, que corta a cidade. Os primeiros trabalhos para a formação do Circuito se iniciaram em 2006, com o apoio da Prefeitura local, Itaipu Binacional, EMATER e UNIOESTE, consolidando-se somente em 2009. Trata-se de um roteiro turístico na agricultura familiar formado por quatro propriedades que estão de portas abertas para mostrar o modo de vida no campo aos turistas, em um circuito de seis quilômetros. A maior procedência de visitantes é regional e a maior frequência é nos finais de semana. As visitas possuem no mínimo uma hora de duração, com necessidade de agendamento através do Departamento de Turismo da Prefeitura de Matelândia, que contribui para organizar as visitas dos grupos interessados no Circuito e fornece um guia para fazer o acompanhamento. Os atrativos estão estruturados, possibilitando uma atividade e renda complementar através do turismo, principalmente para as famílias que oferecem refeições. A iniciativa apresenta condição para emissão de nota fiscal através da COOPERAFA (Cooperativa de Agricultores Familiares do Oeste do Paraná), a qual são associados, e também emitem a Nota do Produtor Rural. O Circuito é monitorado pela Prefeitura Municipal e tem um site próprio na internet ([www.circuitosabia.com.br](http://www.circuitosabia.com.br)), onde são apresentados os atrativos de cada propriedade, as características do circuito e informações sobre as visitas.

### **Pousada Bózio**

**Localização:** Linha do Rio Sabiá do município de Matelândia. A distância da propriedade à sede do município é de dez quilômetros, sendo cinco quilômetros em estrada asfaltada e mais cinco quilômetros em estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Bózio, que é formada pelo casal Francisco Bózio e Zilda Bózio e pelo filho Zilmar Bózio, que possui o ensino fundamental e atualmente administra e trabalha na propriedade. Também exerce o papel de guia e faz a interlocução com as outras propriedades do circuito. As famílias do circuito Sabiá fazem parte do núcleo de turismo de Matelândia.

**Atividades Produtivas:** formada por uma área de seis hectares, contempla dois hectares e meio com plantação de soja e milho, aviário de cem metros quadrados

para criação de frangos e criação de gado de leite com produção diária de oitenta litros. Outras atividades são produzidas para consumo familiar como horta, frutas, ovo, frango, derivados do leite como queijo, manteiga e doces.

**Atrativos da propriedade:** propriedade de agricultura familiar, que tem como principal atrativo a hospedagem, com capacidade para receber vinte pessoas, o custo da diária, incluindo hospedagem e alimentação atualmente é de R\$ 35,00. Entre as atrações oferecidas consta um passeio de trator pelas propriedades locais, passeio a pé para conhecer bioconstruções elaboradas a partir do bambu e da palha seca, assim como o funcionamento de um banheiro seco e uma pequena cachoeira do rio Sabiá, que se localiza em uma área de mata próxima do espaço onde se desenvolvem os trabalhos com o artesanato feito pelo produtor Zilmar Bózio, através de trabalhos com sementes e madeiras.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de um espaço coberto com bancos e mesas, o qual a família utiliza para servir lanches aos visitantes. Entretanto, a estrutura que mais se destaca na propriedade se refere às bioconstruções criadas pelo Sr. Zilmar. As paredes dessas construções foram feitas a partir do bambu e o telhado foi elaborado com a palha seca. No local também há um banheiro seco. Essas construções evidenciam princípios de sustentabilidade, uma vez que foram concebidas com materiais menos impactantes e em harmonia com a paisagem natural do lugar. Na propriedade também se encontra um trator que foi adaptado para a realização de passeios com os visitantes na propriedade e no circuito Sabiá.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação permanente (inclusive com a existência de uma pequena cachoeira no rio Sabiá), assim como a existência de área de reserva legal. O destino do esgoto é a fossa séptica e a água utilizada é proveniente de nascente. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis. O produtor Zilmar Bózio conserva boas práticas sustentáveis na produção de artesanato, reaproveitando cascas, sementes e bambu.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visitação desde setembro de 2007, quando teve início o Circuito Sabiá. Segundo a família, o fluxo de visitantes na propriedade é frequente, embora ocorram períodos com maior e menor

intensidade de visitas ao longo do ano. As visitas são realizadas principalmente por grupos, os quais apresentam procedência variada, incluindo público regional e até mesmo grupos do exterior.

Devido à ocupação da família com as atividades inerentes à agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento. A visitação representa uma atividade a mais que complementa as atividades da propriedade rural. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** a propriedade da família Bózio não é divulgada isoladamente. Como estratégia de marketing, está vinculada à divulgação do Circuito Sabiá, inserida junto com outras três famílias. Para isso, o Circuito conta com o apoio da prefeitura de Matelândia, que por meio do departamento de turismo, elabora materiais de divulgação, assim como contribui para a promoção do circuito em eventos relacionados ao Turismo. Na propriedade da família Bózio cobra-se o valor de R\$ 5,00 para visitação com o passeio de trator e R\$ 10,00, se incluso um simples café. A renda da atividade turística é obtida a partir da venda do circuito de forma integrada. Embora também ocorram situações em que os grupos possuem pouco tempo e por isso não realizam visitas em todas as propriedades.



Figura 32 – Pousada Bózio  
Fonte A autora, 2013

### **Recanto Família Grassi**

**Localização:** Linha do Rio Sabiá do município de Matelândia. A distância da propriedade à sede do município é de doze quilômetros, sendo cinco quilômetros em estrada asfaltada e mais sete quilômetros em estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** está propriedade pertence à família Grassi, que é formada pelo casal Alfeu Grassi e Norma Grassi, pela filha Dágli Grassi, o filho Douglas Joel Grassi e a nora Jéssica Raquel Grassi. Referente à escolaridade, o Sr. Alfeu concluiu o ensino fundamental e a Sra. Norma o ensino básico, e domina o idioma italiano. O filho Douglas tem conhecimento da língua inglesa e a nora Jéssica do espanhol. As famílias do circuito Sabiá também fazem parte do núcleo de turismo de Matelândia.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de vinte e cinco hectares, onde a família mantém como principal atividade produtiva o cultivo de uva das espécies niagra branca, niagra rosada, isabel e bordô. O parreiral produz cerca de quinze toneladas de uva por ano. Dessa produção, aproximadamente três toneladas são transformadas em vinho colonial na própria propriedade, além do suco e do doce de uva, que são produzidos em menor escala. As outras atividades produtivas consistem no cultivo de hortaliças (brócolis, alface, repolho, cenoura, etc.) e na criação de cabritos.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade da família Grassi é uma propriedade de agricultura familiar, e entre as atividades mais procuradas está uma trilha que atravessa rios e quedas d'água, permitindo a apreciação de boa parte de mata nativa, que contempla um bosque com um redário para descanso dos visitantes. É possível ainda conhecer as técnicas de produção de sucos e vinhos, aproveitando para degustar um almoço rural servido no porão da casa da família, com mais de dez opções de pratos típicos, preparados com ingredientes produzidos no local, com um custo de R\$ 18,00 por pax. Entre dezembro e janeiro, quinze toneladas de uva são colhidas em média nos parrerais da propriedade, uma parte é destinada a produção de vinho, outra, à venda. Nessa época é organizado o Colhe e Pague, em que os visitantes aprendem a fazer a colheita e pagam por peso. Destacam-se a tradição, os costumes e a hospitalidade familiar, que vive no local há mais de 50 anos.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de um porão que foi revitalizado para receber os visitantes e servir as refeições. Esse local possui mesas, bancos, barris de madeira que armazenam o vinho,

prateleiras com produtos da propriedade e peças antigas, que ajudam a compor a decoração do espaço.

A família Grassi está melhorando a infraestrutura receptiva da propriedade através da construção de novos banheiros (masculino e feminino) e de um Quiosque para recepcionar e servir aperitivos aos visitantes. Esse Quiosque está sendo construído em estilo rústico e abrigará também um forno de pedra e uma churrasqueira.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação permanente, assim como a existência de área de reserva legal. O destino do esgoto é a fossa séptica e a água utilizada é proveniente de poço comum. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis.

**Atendimento:** a propriedade encontra-se aberta à visitação desde setembro de 2007, quando teve início o Circuito Sabiá. Segundo a família, o fluxo de visitantes na propriedade é frequente, embora ocorram períodos com maior e menor intensidade de visitas ao longo do ano. As visitas são realizadas principalmente por grupos, os quais apresentam procedência variada, incluindo público regional e até mesmo grupos do exterior. A família mantém um livro de visitas para registrar dados sobre a visitação na propriedade.

Devido à ocupação da família com as atividades inerentes à agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento. A visitação representa uma atividade a mais que complementa as atividades da propriedade rural. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** a propriedade da família Grassi não é divulgada isoladamente. Como estratégia de marketing, está inserida na divulgação do Circuito Sabiá, junto com outras três famílias. Para isso o Circuito conta com o apoio da prefeitura de Matelândia, que por meio do departamento de turismo elabora materiais de divulgação, assim como contribui para a promoção do circuito em eventos relacionados ao Turismo. Na propriedade da família Grassi não se cobra ingresso dos visitantes. A renda da atividade turística é obtida a partir das refeições que são servidas na propriedade. Os almoços são

comercializados pelo valor de R\$ 15,00 por visitante. Embora as famílias tenham o objetivo de vender o circuito de forma conjunta, também ocorrem situações em que os grupos possuem pouco tempo, e por isso não realizam visitas em todas as propriedades.



Figura 33 – Recanto Família Grassi  
Fonte A autora, 2013

### **Sítio São Roque**

**Localização** Linha do Rio Sabiá do município de Matelândia. A distância da propriedade à sede do município é de onze quilômetros, sendo cinco quilômetros em estrada asfaltada e mais seis quilômetros em estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família da Nona Grassi, que é formada pelo casal Vicente Grassi e Santina Janete Grassi, pelas filhas Elaine Cristina Grassi e Milena Carolina Grassi. Referente à escolaridade, o Sr. Vicente concluiu o ensino fundamental e a Sra. Santina o ensino médio. A filha Elaine está cursando o ensino superior, e a filha Milena, o ensino fundamental. Vale acrescentar que o Sr. Vicente domina o idioma italiano. As famílias do circuito Sabiá também fazem parte do núcleo de turismo de Matelândia.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de dezenove hectares, onde a família mantém como atividade produtiva uma fábrica de salame, na qual são produzidos aproximadamente dois mil quilos de salame por dia. Além disso, há uma área de dez hectares arrendada para o cultivo de soja e milho. Na propriedade também existem outras atividades que são para o consumo da própria família como horta, suínos, frangos, ovos, frutas, leite e derivados como manteiga, queijo e doces.

**Atrativos da propriedade:** a propriedade da família da Nona Grassi é uma propriedade de agricultura familiar, cujo principal atrativo consiste em um museu rural, onde é possível conhecer a história da colonização na comunidade do rio Sabiá. Esse museu abriga peças como grandes serras, barris de madeira, moedor e torrador de café, pilão, desnatadeira, rádios, máquinas antigas, etc.

Outro atrativo expressivo da propriedade diz respeito aos elementos naturais. A propriedade possui uma área de campo onde é possível realizar uma caminhada até as margens do rio Sabiá. É uma paisagem agradável, que pode ser aproveitada na realização de passeios no interior da propriedade.

E um terceiro atrativo da propriedade são os produtos elaborados pela família, com destaque para o salame, os queijos e as massas. Esses produtos podem ser adquiridos de forma direta pelos visitantes que chegam na propriedade.

**Infraestrutura:** no que tange à infraestrutura receptiva, a propriedade dispõe de um porão da casa da família, que foi organizado para abrigar um museu rural. Nesse local, há várias peças e objetos antigos que ajudam a contar a história da colonização na comunidade do rio Sabiá. Vale mencionar que a casa da família é um casarão de madeira com uma arquitetura singular, o qual tem uma grande varanda na frente, que pode ser utilizada para recepcionar os visitantes.

**Aspectos Socioambientais:** foi possível observar na propriedade a presença de área de preservação permanente, assim como a existência de área de reserva legal. O destino do esgoto é a fossa séptica e a água utilizada é proveniente de nascente. Na propriedade também se constatou a separação dos resíduos orgânicos e os recicláveis.

**Atendimento:** presença de visitante: as visitas que já aconteceram na propriedade foram realizadas por famílias, as quais apresentavam procedência variada. A família começou a receber visitantes a partir de 2010.

**Sistema de operação:** devido à ocupação da família com as atividades inerentes à agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento. A visitação representa uma atividade a mais, que complementa as atividades da propriedade rural. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** a propriedade da família da Nona Grassi não é divulgada isoladamente. Como estratégia de marketing, realiza-se a divulgação do Circuito Sabiá, no qual a propriedade está inserida junto com outras três famílias. Para isso, o Circuito conta com o apoio da prefeitura de Matelândia, que por meio do departamento de turismo, elabora materiais de divulgação e contribui para a promoção do circuito em eventos relacionados ao Turismo. Para visitar a propriedade e conhecer o museu cobra-se o valor de forma integrada, embora também ocorram situações em que os grupos possuem pouco tempo, e por isso não realizam visitas em todas as propriedades.



Figura 34 – Sítio São Roque  
Fonte A autora, 2013

### **Associação Fazendo Arte – dos Artesãos de Matelândia**

**Estrutura Administrativa:** quem administra o local é a Associação dos Artesãos do Município, através de escala de trabalho, revezamento de um dia por semana para cada artesão.

**Descrição do Empreendimento:** a associação possui seis anos de existência e comercializa diversos trabalhos em madeira, cerâmica, vime, gesso e brinquedos, como velas, trufas, bandejas, esculturas, bordados, tricôs, crochês, souvenirs, bijouterias, elaborados por um grupo de treze artesãos, em um total de oitocentos diferentes produtos. Alguns artesãos estão ligados ao Programa Ñandeva, através do qual foi elaborada a iconografia local, com enfoque nos universos singulares de Matelândia.

**Atendimento:** o local é aberto de segunda a sábado, das 8h às 18h, e ainda não há um número considerável de vendas. É vendido em torno de setenta peças mensais, em montante de R\$ 1.000,00 (um mil reais). É uma economia de

subsistência, e as artesãs unem o útil ao agradável, unem-se com o objetivo de divulgar e comercializar seu trabalho.

**Divulgação e Comercialização:** somente no local e através da Prefeitura Municipal.



Figura 35 – Associação Fazendo Arte  
Fonte A autora, 2013

### **Estabelecimento em Itaipulândia**

Não foi identificado em Itaipulândia nenhum estabelecimento rural, o que identificou-se foi o Artesanato Vitória, uma pratica autêntica, realizada manualmente pelas artesãs, que utilizam matéria-prima natural a fibra de banana, recurso que é recolhido pelas próprias artesãs junto a produtores de banana, que autorizaram a extração para a produção das peças.

### **Artesanato Vitória**

**Localização:** o artesanato Vitória é produzido em um espaço cedido pela Prefeitura de Itaipulândia, situado no endereço: Rua Paraíba, 1971, em São José do Itavó (PR), sendo todo o trajeto até o local com asfalto ou calçamento.

**Estrutura Familiar:** esta iniciativa é constituída pela família Ferreira, composta pela Sra. Anália Lima Ferreira e sua filha Emília Ferreira Machado. Referente à escolaridade, a Sra. Amália concluiu o ensino básico e a Emília tem o ensino fundamental incompleto. Cerca de seis mulheres da cidade auxiliam na produção, eventualmente, dependendo da demanda e prazo de entrega.

**História:** Mãe e filha iniciaram as atividades com o artesanato no ano de 2004. A empresa que a filha, Emília, trabalhava, havia falido, e sem alternativa começou a se interessar pelo artesanato que a mãe havia aprendido. Foram acreditando na

proposta de trabalhar apenas com o artesanato, conquistaram espaço e hoje mobilizam outras mulheres da comunidade a participar.

**Produção/capacidade:** a produção é intensificada ou não de acordo com a quantidade de mercadoria demandada, uma vez que a família trabalha sob encomendas ou em exposições em feiras. Por ser um trabalho artesanal e contar apenas com duas pessoas trabalhando em período integral, a capacidade de produção é pequena e inconstante. Entre os produtos mais solicitados estão as imagens pequenas, grandes, bolsa media e cinto. Diariamente são produzidos cinco imagens pequenas, duas imagens grandes, um cinto e uma bolsa a cada dois dias.

**Infraestrutura:** a produção é realizada em um espaço cedido pela prefeitura, sendo que este não é adequado para o a produção de artesanato, por ser pequeno e inviabilizar não somente a produção, mas também o armazenamento.

**Práticas ambientais:** todo o trabalho realizado utiliza como matéria-prima natural a fibra de banana, recurso que é recolhido pelas próprias artesãs junto a produtores de banana, que autorizaram a extração. A elaboração do artesanato é realizada manualmente, sendo que a atividade não utiliza nenhum processo industrial ou químico que agrida ao meio ambiente em suas etapas de produção.

**Comercialização/parceiros/estrutura de atendimento:** as artesãs não contam com nenhuma estrutura para atendimento, sendo que atualmente a comercialização é realizada através de exposições em feiras locais e regionais. A iniciativa não possui página na internet para divulgação do seu trabalho, sendo este realizado pelo marketing espontâneo (boca a boca). Participaram de três programas de televisão, os quais não deram retornos imediatos.

O programa de desenvolvimento de artesanato Ñandeva apoia o trabalho das artesãs através de alguns cursos de capacitação e na venda dos artesanatos, expostos em suas lojas. Para trabalhar o empreendedorismo, a família recebe o apoio do SEBRAE, que oferece cursos regularmente.



Figura: 36 – Artesanato Vitória  
Fonte: Facebook

### **Estabelecimentos em Santa Helena**

A cidade de Santa Helena possui aproximadamente vinte e cinco mil habitantes, está no centro dos Municípios Lindeiros, com ótima estrutura, possui uma das melhores paisagens do Lago. Dentre os atrativos turísticos, destaca-se o Balneário de Santa Helena, é o mais estruturado e maior da região, complementado por outros atrativos, como o Morro dos Sete Pecados, Refúgio Biológico, Memorial Coluna Prestes, Cristo Esplendor, Base Náutica e Marinas. A história está presente na Coluna Prestes e na colonização da região. A natureza, história e a cultura estão presentes na arquitetura, no cotidiano e na preservação ambiental da região.

### **Morro dos Sete Pecados**

**Localização:** Localiza-se na Sub Sede, no município de Santa Helena. A distância da propriedade à sede do município é de doze quilômetros, sendo nove quilômetros de estrada asfaltada e mais três quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** a propriedade é do Sr. Edoni Prestes Pedroso, que trabalhou vinte e cinco anos no Depto de Meio Ambiente da Itaipu Binacional e há dez anos está investindo na propriedade. Três pessoas estão diretamente envolvidas com as atividades do atrativo, sendo que são beneficiadas indiretamente cinco pessoas da comunidade.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de quatro alqueires, com plantações de soja, milho, frutas e verduras, além da presença de alguns animais.

**Atrativos da Propriedade:** possui vista para toda a região e imagem de boa parte do reservatório de Itaipu. Possui duas nascentes de água cristalina, propício para cavalgadas, com paredões para a prática de parapente e escalada, possui ainda propriedades com hospedagem e restaurante com comida típica rural. Tem potencial para a prática de arvorismo e rapel. Espaço para realização de eventos. Envolve a comunidade nas ações do empreendimento.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, que buscam a propriedade para desfrutar do lazer e atividades de aventura. Também são realizados eventos em datas especiais. Devido à ocupação do casal com as atividades inerentes à propriedade, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento prévio, uma vez que o próprio casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições. Para o proprietário, o empreendimento não significa agregação de renda nesse momento, somente investimentos em um produto que daqui a alguns anos poderá se tornar rentável.



Figura 37 – Morro dos Sete Pecados  
Fonte A autora, 2013

### **Sítio do Chico Stephanelle**

**Localização** Localiza-se na Linha Aparecida, Distrito de São Clemente, no município de Santa Helena. A distância da propriedade à sede do município é de dez quilômetros, sendo sete quilômetros de estrada asfaltada e mais três quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Stephanelle, que é formada pelo casal Chico Stepanelle e Célia Stephanelle, e pelo filho. Referente à escolaridade, o casal concluiu o ensino médio.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de dezenove alqueires, com plantações de soja, milho, frutas e verduras, além da presença de alguns animais. É da lavoura que vem o subsídio financeiro da família.

**Atrativos da Propriedade:** surgiu de uma estrutura de lazer familiar, em que as pessoas foram chegando aos poucos, havendo necessidade de alguns investimentos. Atualmente é considerado um lugar para lazer e descanso, com destacada paisagem natural, onde o visitante pode contemplar as belezas naturais e usufruir de uma infraestrutura que contempla camping com churrasqueiras, piscinas, açudes para pesca esportiva, cabanas, atividades esportivas como futebol, vôlei de areia e bocha, trilhas, caminhadas e passeios com cavalo e um bar para venda de produtos locais, inclusive artesanato.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da cidade e região, que buscam a propriedade para desfrutar do lazer e descanso. A propriedade está aberta todos os dias, sendo pago o valor de R\$ 3,00 por pax e R\$ 20,00 os quiosques. Na temporada recebem de cem a duzentos paxs diariamente. O próprio casal acompanhado do filho são os responsáveis pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições. Para o proprietário, o empreendimento significa agregação de renda, porém dependem da lavoura, que é sua atividade principal.

**Divulgação e Comercialização:** a divulgação e comercialização local é através de marketing espontâneo.



Figura 38 – Sítio Chico Stephanelle  
Fonte A autora, 2013

### **Sítio Paulo Scheneider**

**Localização:** Vista Alta, Distrito de São Clemente, no município de Santa Helena. A distância da propriedade à sede do município é de dez quilômetros, sendo sete quilômetros de estrada asfaltada e mais três quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** esta propriedade pertence à família Schneider, tendo como responsável o Sr. Paulo Scheneider. Referente à escolaridade, concluiu o ensino fundamental.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de cinquenta alqueires, dedicada a lavoura, subsídio financeiro da família.

**Atrativos da Propriedade:** possui um museu com peças locais doadas por amigos, açudes para pesca e espaço para eventos.

**Atendimento:** a propriedade recebe apenas convidados ou pessoas que vêm à propriedade para evento específico.

**Divulgação e Comercialização:** a divulgação e comercialização local é feita boca a boca e somente representa uma renda complementar para o Sr. Paulo.



Figura 39 – Sítio Paulo Scheneider  
Fonte A autora, 2013

### **Centro Avançado de Pesquisa - CAP**

**Localização:** Município de Santa Helena. A distância da propriedade à sede do município é de sete quilômetros.

**Descritivo do Local:** parceria entre Prefeitura Municipal, Itaipu Binacional, com apoio da IAPAR, EMATER e IAP. As atividades iniciaram-se em 18 de dezembro de 2001, objetivando buscar alternativas para as pequenas propriedades, através de culturas perenes, realizadas por meio de experimentos na área da agricultura. São cento e vinte e sete espécies de plantas. Desde 2005, ano em que se iniciou

o cadastro de visitantes até os dias atuais, milhares de visitantes de diversos países realizaram visita técnica no local.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de sete hectares, toda ocupada com a plantação de vinte variedades de frutas, entre elas tangerina, vergamota, limão, uva, goiaba, cereja, maracujá, abacaxi, abacate, entre outras frutas e espécies, com o objetivo de se verificar a quantidade de frutas produzida anualmente, tipos de pragas, doenças, peso, vantagem e melhores formas de adubação. Dessa forma, é possível preparar-se com mudas para atender a demanda dos agricultores, pesquisando quais são as melhores para a região, como climatizá-las, produzi-las, realizar projeto de adubação, verificar o clima, tipos de doença, formas de condução, além das variedades que são semelhantes. Nesse projeto, a agricultura pensa no pequeno produtor, que tem dificuldade de diversificação em sua propriedade, buscando capacitá-lo para agregar mais fonte de renda em suas produções.

**Resultados:** depois de vários anos, a pesquisa está pronta, e os resultados foram alcançados. Os modelos estão sendo disponibilizados para serem seguidos, de forma a gerar autossustentabilidade para o produtor, que mesmo que não queira vender as produções poderá ter para seu consumo doméstico. Quando a produção é transformada em agroindústria, multiplica-se ainda mais, o valor se agrega através da industrialização, da agroindústria. A diversificação da propriedade é uma fonte de até dez vezes a mais que a monocultura, frutas significam renda o ano inteiro. A pequena propriedade hoje no processo é autossustentável. Algumas variedades já estão preparadas para serem defendidas. Falta agora a difusão dessas expedições.

Em Santa Helena a maioria da população é rural, dos vinte e quatro mil habitantes, a maioria está no interior, é essencialmente agrícola, são duas mil e quinhentas propriedades rurais de doze a quinze hectares, ou seja, de setenta a oitenta por cento das propriedades são rurais.

Cabe agora ao governo público e a Itaipu Binacional difundir esse projeto para o pequeno produtor. O objeto está aí, com a clareza que deu certo, falta colocar para o pequeno produtor. A alternativa de cultura vai ser viável, o centro de

pesquisa virou um modelo para a propriedade gerar renda. Os proprietários estão buscando informações e conhecimentos.

**Atendimento:** a propriedade tem recebido visitantes, principalmente da área de Biologia e Ciências Ambientais, que realizam visita técnica visando ampliar seus conhecimentos sobre o assunto. Também recebe visitantes de outros países como África, Estados Unidos e Europa.

**Divulgação e Comercialização:** a divulgação e comercialização local são feitas através de marketing direto e redes sociais



Figura 40 - CAP  
Fonte A autora, 2013

### **Associação de Artesãos de Santa Helena**

**Localização:** Centro do município de Marechal Cândido Rondon.

**Estrutura Administrativa:** quem administra o local é a Sra. Maria, junto com o grupo de artesãos do município.

**Descrição do Empreendimento:** a associação possui quinze anos de existência e comercializa diversos trabalhos em madeira, cerâmica, vime, gesso, como velas, trufas, bandejas, esculturas, bordados, tricôs, crochês, souvenirs, bijouterias, elaborados por um grupo de vinte e três artesãos, que pagam uma taxa de R\$ 10,00 para fazer parte da Associação. Alguns artesãos estão ligados ao Programa Ñandeva, através do qual foi elaborada a iconografia do local. O prédio é da Prefeitura Municipal, que cede o espaço para a associação.

**Atendimento:** o local é aberto das 8h às 12h, e das 13h30 às 18h. É vendido em torno de cem peças mensais, um montante de R\$ 1.000,00 (um mil reais) à R\$ 1.200,00 (um mil e duzentos reais). É uma forma de subsistência e os artesãos unem útil ao agradável, estão muito satisfeitos com o trabalho que fazem unidos.

**Divulgação e Comercialização:** participam de feiras locais e regionais para a comercialização de seus produtos.



Figura 41 – Associação de Artesanato de Santa Helena  
Fonte A autora, 2013

### **Estabelecimentos em Marechal Cândido Rondon**

Localizada no extremo Oeste do Paraná, às margens do Lago de Itaipu, fronteira com o Paraguai, Marechal Cândido Rondon integra o Círculo Turístico Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu. Sua gente festiva e hospitaleira preserva ricas tradições, destacando-se a herança germânica na cultura, na arquitetura, na gastronomia, nos costumes e festejos. O clima predominante é o subtropical úmido, com altitude de 400m. O município possui 747,11 km<sup>2</sup> de extensão e uma população estimada de 45.000 habitantes.

A ocupação do município começou com as ações desenvolvidas pela Companhia Madeireira e Colonizadora Rio Paraná Maripá, empresa que adquiriu a Fazenda Britânia, onde os ingleses exploraram madeira e erva-mate. A nova colonização, na década de 1950, serviu para assentar descendentes de imigrantes alemães e italianos do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Os colonos se dedicaram a produção agropecuária, atividade que continua sendo o principal esteio da economia municipal, além da expansão da agroindústria que, nos últimos anos, vem ocorrendo em ritmo acelerado.

Como atrativo turístico destacam-se as atividades ligadas à natureza e à cultura, como Cachoeira da Onça, Estância Hidromineral Coroados, Parque de Lazer Annita Wanderer, Guaçu Rafting Adventure, Kattmaram, Rambo Ecologia, Sítio das Orquídeas, Museu Casa Gasa, Igreja de São Roque, Casa do Artesão,

Museu Padre Jose Gaertner e Eventos como a Festa Nacional do Boi no Rolete e Oktobertfest.

### **Sítio das Orquídeas**

**Localização:** Comunidade Esquina Bandeirantes, Novo Três Passos, no município de Marechal Cândido Rondon. A distância da propriedade à sede do município é de quinze quilômetros, sendo dez quilômetros de estrada asfaltada e mais três quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** a família Giacobbo é formada pelo casal Guimar Giacobbo Rohr e Paulo Rohr, e pelas filhas Ana Paula Giacobbo Rohr, Natália Giacobbo Rohr e Vitória Giacobbo Roh. O casal concluiu o Ensino Médio e são formados em Contabilidade. A filha mais velha, Ana Paula, cursa o Ensino Superior, e as demais estão no Ensino Médio.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de catorze hectares, onde a família mantém como atividade produtiva o cultivo de soja e milho, produção de leite e agroindústria de bolachas. A produção de leite é praticamente toda aproveitada na agroindústria, que produz nata, requeijão e uma diversidade de bolachas caseiras, além de cucas e pão de queijo. Para manter as atividades produtivas, a família emprega oito pessoas da comunidade.

**Atrativos da Propriedade:** propriedade rural, que além de trabalhar com as flores, também é voltada para a agricultura familiar, com produção de grãos e de leite, e alimentos coloniais, como bolachas, pães, cucas, roscas, servidos no café colonial. Tem como principal atrativo o orquidário, com aproximadamente seiscentas orquídeas, agregando a produção de bolachas, que ocorre no próprio sítio. O orquidário oferece aos visitantes a apreciação e venda das flores e mudas. A paisagem externa da propriedade é muito agradável, é composta por jardins e pastos. As espécies cultivadas são comercializadas em floriculturas da região e levadas a diversas exposições.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Os resíduos sólidos são separados na propriedade, e os resíduos orgânicos, reaproveitados como alimento para a criação de animais. O local dispõe de lixeiras identificadas

para o visitante. O abastecimento de água provém de um poço artesiano e da rede de água da comunidade. O esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, mas também procedem de locais mais distantes como Paraguai, Argentina, Mato Grosso, Londrina, Cianorte, Umuarama, Maringá, entre outros, que muitas vezes se organizam em grupos para conhecerem o processo de produção, cruzamento, sementes, estudos, entender a diversificação das orquídeas. A maioria são mulheres que gostam de orquídeas e grupos de estudantes fechados com visitas agendadas, como clubes de mães e intercâmbio de cooperativas. Também recebem visitantes por intermédio da prefeitura local.

Devido à ocupação do casal com as atividades inerentes à agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento prévio, uma vez que o próprio casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições. Para a família, a visitação representa uma atividade a mais que complementa as atividades da propriedade rural e contribui para venda direta dos vinhos. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** a família possui estratégias de divulgação, participam de feiras regionais com a comercialização de seus produtos, possuem cartão de visitas e *folders*. Na propriedade ocorre a venda direta e acontece de forma autônoma, isto é, direto com o produtor, por meio de visitas pré-agendadas. No que se refere ao valor dos produtos, as orquídeas variam de R\$ 8,00 a R\$ 200,00, dependendo da espécie. O quilo das bolachas varia de R\$ 10,00 a R\$ 15,00. O valor do café rural é de R\$ 20,00 por pessoa. Também comercializam na Feira do Produtor, Casa das Massas e Panificadoras. Produzem cerca de 200 a 300 kg semanais, incluindo bolacha, pão de queijo, cuca, roscas e pães.

**Infraestrutura:** junto à agroindústria, localiza-se a área onde é servido o café rural, com banheiro adequado aos visitantes. Ao lado fica a estrutura do orquidário.



Figura 42 – Sítio das Orquídeas  
Fonte A autora, 2013

### **Vinhos Boufler**

**Localização:** Comunidade Flor da Serra, no município de Quatro Pontes. A distância da propriedade à sede do município é de catorze quilômetros, sendo nove quilômetros de estrada asfaltada e mais cinco quilômetros de estrada de terra.

**Estrutura Familiar:** A família Boufler é formada pelo casal Bernardo José Boufler e Dirce Klain Boufler, e pelos filhos Thaís Regina Boufler e Eduardo Boufler. Referente à escolaridade, a Sra. Dirce Klain Boufler concluiu o Ensino Fundamental e seu marido concluiu o Ensino Médio, ambos dominam o idioma alemão. A filha, além do alemão, está aprendendo a língua inglesa.

**Atividades Produtivas:** o sítio é formado por uma área de doze hectares, onde a família mantém como atividade produtiva o cultivo de soja e milho, numa área de dez hectares, tendo uma produção aproximada de cento e sessenta sacas de soja e duzentas sacas de milho. Outra atividade expressiva na propriedade é a agroindústria, o processamento das uvas em vinho. A família não cultiva o fruto, compra de produtores do Estado de Santa Catarina. Essa produção rende doze mil litros de vinhos por ano e dois mil litros de vinheto. Além disso, a família mantém criação de gado, frango, suínos, peixes e frutas para o próprio consumo.

**Atrativos da Propriedade:** a propriedade apresenta como atrativo principal a produção diversificada de vinhos, oferecendo ao visitante a oportunidade de conhecer o processo de produção e degustação. A família aproveitou o espaço ao lado da antiga casa dos avôs, de estrutura rústica em madeira, e construiu uma

área para servir refeições, que também auxilia no período da produção dos vinhos.

Destaca-se o serviço de jantar, que no inverno tem uma demanda maior, quando a família oferece pratos especiais para acompanhar os vinhos, tais como: massas, polenta com molho de frango, macarronada e saladas orgânicas. A família Boufler preserva uma ligação com as estruturas ditas tradicionais, isto é, os traços e características da descendência germânica.

**Infraestrutura:** a recepção ou a área onde são servidas as refeições tem arquitetura tradicional, em alvenaria com janelas de vidro. Nesse espaço também são preparadas as refeições, há uma pia, fogão tradicional e forno à lenha, e um balcão, onde é disposto o *buffet*. A capacidade de atendimento desse espaço limita-se a quarenta e cinco pessoas. No período de fermentação do vinho, com duração de aproximadamente três meses, abrangendo os meses de janeiro, fevereiro e março, esse local fica ocupado com as caixas de fermentação. No porão dessa estrutura ocorrem os processos de engarrafamento, rotulagem e armazenamento dos vinhos. O local do restaurante tem uma vista bonita para um açude, e é interligado com a antiga casa de madeira em estilo rural, a qual atualmente é apenas utilizada como depósito. No espaço de conexão com a antiga casa e o restaurante há dois sanitários, que atendem ao público feminino e masculino.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Os resíduos sólidos são separados na propriedade, os resíduos orgânicos são reaproveitados como alimento para criação de animais e os recicláveis muitas vezes são queimados, pois há dificuldade em enviar para a coleta seletiva do município. Além disso, o local não dispõe de lixeiras identificadas para o visitante. O abastecimento de água provém de um poço artesiano e da rede de água da comunidade. O esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** a propriedade já recebe visitantes, que são atraídos pelo serviço de jantar tipicamente rural oferecido na propriedade. Atualmente, a família Boufler recebe cerca de cem visitantes por mês, a maioria procedente da região. Trata-se

de grupos fechados com visitas agendadas e esporadicamente a propriedade recebe famílias.

Devido à ocupação do casal com as atividades inerentes à agricultura, as visitas apenas ocorrem mediante agendamento prévio, uma vez que o próprio casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições. Para a família Boufler a visitação representa uma atividade a mais que complementa as atividades da propriedade rural e contribui para a venda direta dos vinhos. Assim, as visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana na propriedade, desde que sejam agendadas com antecedência.

**Divulgação e Comercialização:** a família Boufler não possui estratégias de divulgação. Segundo os proprietários, os visitantes geralmente descobrem a propriedade através de outras pessoas que já estiveram no local, ou seja, a divulgação hoje ocorre pelo marketing espontâneo (boca a boca).

As estratégias de comercialização dos vinhos e do serviço de jantar se restringem à venda direta e acontece de forma autônoma, isto é, direto com o produtor por meio de visitas pré-agendadas.

No que se refere ao valor dos produtos, uma garrafa de vinho numa embalagem de vidro custa R\$ 8,00 e numa embalagem de PET é vendida por R\$ 10,00. Toda semana a família recebe visitantes motivados a saborear a janta tipicamente rural acompanhada pelos vinhos produzidos na propriedade. Esse serviço custa R\$ 15,00 por pessoa, podendo variar de acordo com o prato que é servido.



Figura: 43 – Vinhos Boufler  
Fonte: Facebook

## **Cachoeira da Onça**

**Localização:** Distrito de São Roque, no município de Marechal Cândido Rondon, a trinta quilômetros da sede municipal.

**Estrutura Familiar:** quem administra o local é a Sra. Rita Giacobbo, irmã do proprietário, Sr. Giacobbo. Em relação à escolaridade, possui o ensino médio.

**Descrição da Propriedade:** lugar para aventura, história, diversão e descanso. Possui uma queda d'água com trinta metros, beleza natural e uma trilha de aproximadamente cem metros, onde o visitante pode contemplar as belezas naturais. A infraestrutura contempla uma casa onde são servidas as refeições, uma casa de pedra ou barracas para pernoitar, camping com churrasqueiras, pista de skate, ambientes para festas, pousadas e cabanas, rapel, futebol, trilhas, caminhadas e passeios a cavalo.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal. Não há presença de passivos ambientais evidentes. Os resíduos sólidos são separados na propriedade, e os resíduos orgânicos, reaproveitados como alimento para a criação de animais. O local não dispõe de lixeiras identificadas para o visitante. O abastecimento de água provém de um poço artesiano e da rede de água da comunidade. O esgoto consiste em fossa séptica.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes que vêm passar o dia na propriedade. Atualmente, recebem cerca de cem visitantes por mês, a maioria procedente da região. As visitas podem ocorrer em qualquer dia da semana. A Sra. Rita, irmã do proprietário do estabelecimento, é a responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições. Para ao Sr. Giacobbo, o empreendimento surgiu com a intenção de ser criado um produto turístico para a cidade capaz de gerar renda, porém o movimento é pequeno e há uma grande necessidade de reformas e aplicação de recursos financeiros para melhorar a estrutura da propriedade.

**Divulgação e Comercialização:** a família possui estratégias de divulgação, participam de feiras regionais com a comercialização de seus produtos, possuem cartão de visitas e *folders*. No que se refere ao valor das refeições, café da manhã R\$ 7,00 e R\$ 18,00 refeições, valor da pousada R\$ 20,00 por pax's.



Figura 44 - Cachoeira da Onça  
Fonte A autora, 2013

### **Associação Rondonense de Artesãos**

**Localização:** Praça Willy Barth, na Avenida Maripa, 695, no município de Marechal Cândido Rondon.

**Estrutura Administrativa:** quem administra o local é a Sra. Marly Klann Fraque, que atua como presidente há quatro anos do grupo de artesãos do município.

**Descrição do Empreendimento:** a Associação possui vinte e cinco anos de existência e comercializa diversos trabalhos em madeira, cerâmica, vime, gesso e brinquedos, como velas, trufas, bandejas, esculturas, bordados, tricôs, crochês, souvenirs, bijoutherias, que são elaborados por um grupo de quarenta artesãs aposentadas, vinte e sete ativas no momento, que fazem da atividade uma terapia. Para fazer parte do grupo, deve associar-se e pagar uma taxa mensalmente. Alguns artesãos estão ligados ao Programa Ñandeva, através do qual foi elaborada a iconografia da colonização germânica identificada nos produtos artesanais pautadas nos três pilares: conhecimento, habilidade e atitude.

**Atendimento:** o local é aberto das 13h30 às 18h. É vendido em torno de cento e cinquenta peças mensais, um montante de R\$ 1.500,00 a R\$ 1.600,00. É uma forma de subsistência, e as artesãs unem o útil ao agradável, estando muito satisfeitas com o trabalho e com tudo que conseguiram desenvolver unidas em grupo.

**Divulgação e Comercialização:** participam de feiras locais e regionais com a comercialização de seus produtos.



Figura 45 – Associação Rondonense de Artesãos  
Fonte A autora, 2013

### **Estabelecimentos em Capanema**

Capanema localiza-se no Sudeste do Paraná, às margens do Rio Iguaçu, a 350m de altitude, e faz fronteira com a Argentina e com o Parque Nacional do Iguaçu, que abriga as Cataratas do Iguaçu. O principal rio do município é o Capanema, afluente do Rio Iguaçu, em virtude do qual apresenta potencial turístico, e do limite com o Parque Nacional do Iguaçu. Distante 650 km da Capital do Estado, possui uma população de aproximadamente 18.512 habitantes, da qual 8.929 habitantes ocupam a área rural, e 9.300 habitantes são moradores da área urbana. Esse município tem uma área de 419.403 km, sendo de área urbana 5.078 km.

Em 2004, a administração do Parque Nacional do Iguaçu em parceria com o Governo do Estado do Paraná, através do Serviço Social Autônomo Ecoparaná, deram início aos trabalhos referentes ao Programa de Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Entorno do Parque Nacional do Iguaçu, com o objetivo de concretizar as propostas e os anseios da comunidade, e agindo em parceria com proprietários rurais foram criados, em 2006, o roteiro de turismo rural “Doce Iguassu” e a marca “Natural do Campo”, que valorizam a produção local de alimentos orgânicos e as belas paisagens naturais, evidenciadas pela presença do Parque Nacional do Iguacu e do rio Iguaçu.

O Programa envolve onze municípios e Capanema é o de maior destaque em relação ao desenvolvimento do turismo. A principal preocupação com o Programa foi reduzir os efeitos negativos causados pelo fechamento da Estrada do Colono integrando os municípios do entorno em roteiro turístico regional, além de

incentivar o turismo como alternativa de crescimento econômico, estimular o desenvolvimento integrado dos municípios, promover a conservação ambiental, a criação e o fortalecimento de associações e cooperativas que objetivem a sustentabilidade de atividade turística. O roteiro foi dividido em três segmentos: Ecoturismo; Agroindústria; Produção Orgânica.

O roteiro de turismo Doce Iguaçu oferece opções turísticas a visitantes que desejem conhecer a cidade, entre elas: artesanato, produtos orgânicos, balneários, campings, passeios de barco, rafting, vista do rio Iguaçu e do Parque Nacional através do mirante, bem como sugestões de hospedagem e restaurantes.

A marca Natural do Campo surgiu da necessidade de organizar a comercialização dos produtos locais, principalmente os derivados da cana-de-açúcar, como o açúcar mascavo e o melado. A cidade possui tradição na produção de alimentos oriundos da agrotransformação por pequenos produtores rurais. Através de ação planejada da administração municipal, entidades apoiadoras e iniciativa privada, foi criada uma marca coletiva para a produção local, que visa uma qualidade diferenciada através da marca Natural do Campo.

O município de Capanema foi instituído em 14 de novembro de 1951, e é o principal município da Microrregião de Capanema, composta também por mais 7 municípios (Ampére, Bela Vista da Caroba, Pérola d'Oeste, Planalto, Pranchita, Realeza, Santa Izabel do Oeste), todos situados na Mesorregião Sudoeste do Paraná. Segundo o IBGE, no censo de 2010, a população de Capanema era de aproximadamente 18.526 habitantes, da qual 8.929 habitantes ocupam a área rural, e 9.300 habitantes são moradores da área urbana. Este Município tem uma área de 419.403 km, sendo de área urbana 5.078 km.

Capanema localiza-se na região Sudoeste do Paraná, distante 604km da capital do estado, às margens do Rio Iguaçu, a 350 m de altitude, e faz fronteira com a Argentina e com o Parque Nacional do Iguaçu, com 8.314 há, distância esta distribuída ao longo do Rio Iguaçu, que separa o município da área do PNI. Esse mesmo número equivale ao ICMS ecológico que o município recebe, por ter área abrangida por Unidade de Conservação. Dentro do potencial econômico do município, a distribuição do PIB municipal está em: Agropecuária: 27,81%;

Indústria: 2,03%; Serviços: 70,16 %. Produto Interno Bruto: US\$ 38.493.301,33 %; PIB per capita: US\$ 2.022,13 %.

O principal rio do município é o Capanema, afluente do Rio Iguaçu. Em 2006, conforme o censo agropecuário do IBGE, existiam 2.408 estabelecimentos agropecuários no espaço rural do município. Limita-se ao Norte com Matelândia, Medianeira, Céu Azul e Capitão Leônidas Marques; ao Leste com o Rio Capanema, que separa o Município de Realeza; a Oeste com o Rio Santo Antônio, que faz divisa com a República Argentina; a ao Sul com o Município de Planalto.

O clima da cidade se resume basicamente com verões quentes, chuvas regulares, no inverno tem geadas não muito frequentes, primaveras floridas, com temperaturas variando de 20 a 30 graus, e outono quente.

A cidade de Capanema recebeu esse nome em homenagem ao advogado Barão de Capanema, por ter ajudado durante o conflito entre o Brasil e a Argentina. Mas foi por volta de 1950 que surgiram as primeiras correntes migratórias predominantes de origem Alemã e Italiana, vindos de Santa Catarina e Rio Grande do sul, iniciando o pequeno povoado de Capanema.

Quando foi ocupada deu origem a inúmeros conflitos, pois a ocupação foi dada sem o mínimo de preocupação da legitimidade da posse e domínio dessa terra. Assim deu-se início a uma desenfreada colonização, através das vendas de terras, dando origem a super posições de terras, o que provocou vários conflitos, que tiveram seu auge em 1957, com a revolta geral do Sudoeste Paranaense. Mais tarde o Governo declara zona prioritária para fins de reforma agrária, e o INCRA resolveu a problemática da posse de terras (ICMBIO, 2013).

O município de Capanema se desenvolveu de forma tradicional, como de costume nas cidades de interior. Possui grande potencial turístico, é um município rico em belezas naturais, o rio Iguaçu e a floresta do Parque são atrativos singulares. Além disso, incentiva e desenvolve a agricultura familiar, trabalhando com o cultivo e o processamento de alimentos orgânicos, com destaque para a produção de açúcar mascavo, horticultura, feijão, soja, milho e frutas, tais como: banana, abacaxi, maracujá, tangerina e ponkan.

Dentre as principais atrações culturais de Capanema pode-se citar a Feira do Melado, tradicionalmente realizada desde 2006 pela Administração Municipal, Coopafi – Sistema de cooperativas da agricultura Familiar integradas, Acec e Sociedade Rural de Capanema, juntamente com a Emater e Casa Familiar Rural. Na feira são expostos e comercializados produtos agroindustriais de açúcar mascavo, entre outros, através de vinte e duas agroindústrias, que lançaram a marca Natural do Campo. Capanema é uma grande exportadora de produtos orgânicos para o mundo.

Também se destaca a semana farroupilha, realizada em homenagem à colonização sulista e a Kerb Fest, festa em homenagem à cultura alemã. Dentro das atrações ligadas ao parque destacam-se balneários para camping, canoagem, fazendas, cachoeiras, trilhas, entre outros. Na sequência apresenta-se o folder do Roteiro de Turismo Doce Iguassu.



Figura 46: Folder Roteiro de Turismo Rural Doce Iguassu  
Fonte: Capanema, 2013.

## Balneário Martini

**Localização:** Comunidade São Pedro, no município de Capanema. A distância da propriedade à sede do município é de vinte quilômetros.

**Estrutura Familiar:** a família Martini é formada pelo casal Fernando Martini e Izolde Martini. Referente à escolaridade, o casal concluiu o Ensino Fundamental e ambos dominam o idioma alemão.

**Atrativos da Propriedade:** em funcionamento desde 1997, criado com objetivo de gerar fonte de renda para a família, a propriedade possui área de lazer, utilizada para descanso com a família ou com os amigos. Localizado às margens do Rio Iguaçu com vista para o Parque Nacional do Iguaçu, possui uma estrutura disponível ao visitante com área de camping, balneário, quiosques, churrasqueiras, poços artesianos, com possibilidades de banhos de rio e lanchonete, que serve lanches, peixe frito e porção de pastéis.

**Atividades Produtivas:** somente para subsistência familiar e da propriedade.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal, localiza-se às margens do Rio Iguaçu e Parque Nacional do Iguaçu.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, aproximadamente quinhentos pax's nos finais de semana. O local fica aberto para visitação 24 horas, em função dos acampamentos. O próprio casal   responsável pela recepção dos visitantes e elabora o das refeições, além de contar com a ajuda de cinco funcionários externos. Para a família a visitação representa em totalidade a renda financeira, ou seja, dependem diretamente dos resultados obtidos com o empreendimento.

**Divulga o e Comercializa o:** realizada através das redes sociais, divulga o em rádio, cartões de visita e pelo Roteiro Doce Iguassu.



Figura 47 – Balneário Martini  
Fonte Roteiro Doce Iguassu (2013)

## **Camping Urutau**

**Localização:** Comunidade Linha Santa Ana, no município de Capanema. A distância da propriedade à sede do município é de vinte quilômetros. O acesso ao camping pode ser feito por São Pedro (estrada cascalhada) ou por São Luiz (estrada com calçamento).

**Estrutura Familiar:** a família Neto é formada pelo casal Guilherme Nizer Neto e Maria Neto. Referente à escolaridade, o casal concluiu o Ensino Fundamental e ambos dominam o idioma alemão.

**Atividades Produtivas:** a propriedade é formada por uma área de dez hectares, onde a família mantém como atividade produtiva os biscoitos caseiros Vovó Olga, produzidos como produtos da agricultura familiar. Para manter as atividades produtivas a família emprega um funcionário da comunidade.

**Atrativos da Propriedade:** a propriedade era local de extração e depósito de areia, e a partir de 2004 passou a ser utilizada como propriedade de turismo rural sustentável, estando em fase de recuperação ambiental. Chácara com local para camping, onde se alugam instalações para festas e eventos, possui uma casa com dois quartos, contendo som, dvd, tv digital, freezer, geladeira, cozinha equipada, um campo para a prática de voleibol, futebol, piscina, internet wireless. Também possui rampa para barcos, possibilitando a realização de passeios no rio Iguaçu e rio Floriano. Os atendimentos são feitos somente através de agendamentos.

O nome Uruatu, ave fantasma, vem do guarani guyra(ave) e táu (fantasma), emblemático e misterioso, aparece em lendas, contos, poesias, pelo meio rural e nas grandes cidades. São cinco espécies com hábitos noturnos de canto triste e camuflam-se perfeitamente em troncos e galhos de árvores. Esse é o objetivo do camping, que espera com o passar do tempo estar camuflado junto à natureza.

**Aspectos Socioambientais:** está totalmente inserida na área de preservação permanente e reserva legal, às margens do rio Iguaçu e Parque Nacional do Iguaçu, onde pode ser apreciado várias espécies de aves e flores.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, aproximadamente cinquenta pax's nos finais de semana. As visitas são realizadas através de agendamentos prévios. O casal é responsável pela

recepção dos visitantes e elaboração das refeições, além de contar com a ajuda de um funcionário externo. Para a família, a visitação representa em totalidade a renda financeira, ou seja, dependem diretamente dos resultados obtidos com o empreendimento.

**Divulgação e Comercialização:** realizada através das redes sociais, folders impressos e do roteiro Doce Iguassu. <http://www.campingurutau.blogspot.com.br/>.



Figura 48 – Camping Urutau  
Fonte Roteiro Doce Iguassu (2013)

### **Caminho das Orquídeas**

**Localização:** Avenida Paraná, 1200, no centro do município de Capanema.

**Estrutura Familiar:** Dirce Stevens Faccio é viúva e trabalha sozinha em seu orquidário. Referente à escolaridade, concluiu o Ensino Fundamental e domina o idioma alemão.

**Atrativos da Propriedade:** o caminho das orquídeas consiste em um orquidário localizado no fundo da propriedade da Sr. Dirce Stevens Faccio, situada próximo ao centro da cidade. Inicialmente, foi construído em 2006, pelo fato do casal gostar das orquídeas e, posteriormente, vislumbrou-se a oportunidade de trabalho. Possui quatro orquidários, com aproximadamente sete mil plantas, das mais variadas dimensões, desde pequenas plantas com flores do tamanho de um alfinete até plantas que chegam a três metros de altura. O espaço é aberto para visitação e venda de espécies variadas de orquídeas, também oferecendo café da manhã e café colonial.

A proprietária participa como voluntária em projetos sociais, como o projeto da Escola Municipal Claudino Luiz Piva, no povoamento de orquídeas, localizado na Praça Municipal, estendendo-se para a Avenida Parigot de Souza, através de palestras com orientações para alunos de 10 a 11 anos, pais, professores e parceiros do projeto, na coleta de mudas, divisão de bulbos, rega, adubação e

agrupamento em árvores, bem como na conscientização da preservação da natureza.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, 15 a 20 pax's por dia, através de pacotes fechados, comercializados pelos seus guias particulares. O local está aberto para visitação das 8h às 12h e das 13h30 às 18h. O casal   responsável pela recepção dos visitantes e elabora o das refeições, alem de contar com a ajuda de dois funcionários externos. Para a família a visitação representa em torno de 25% da renda financeira, ou seja, não dependem diretamente dos resultados obtidos como o empreendimento.

**Divulga o e Comercializa o:** realizada através das redes sociais, rádio e do roteiro Doce Iguassu.



Figura 49 – Caminho das Orquídeas  
Fonte: Roteiro Doce Iguassu (2013)

### **Pedra do Bigua**

**Localiza o:** Margens do Rio Iguaçu, Linha Vaca Branca, Lajeado Grande no município de Capanema.

**Estrutura Familiar:** a família Wallau é formada pelo casal Claudio Wallau e Dirce Wallau. Referente à escolaridade do casal, concluíram o Ensino Fundamental e ambos dominam o idioma alemão.

**Atrativos da Propriedade:** local totalmente natural, conta com cerca de oito mil árvores plantadas pelo proprietário, espaço recuperado ambientalmente, flora com mata nativa. Paraíso privado às margens do Rio Iguaçu, apresenta estrutura para camping, pesca artesanal (exceto no período de defesa da piracema), uma casa para loca o aos visitantes, com possibilidade de acomodar até nove pessoas, contendo água encanada, parabólica, ar condicionado, telefones, mesa

de pimbolim, chuveiro elétrico, freezer, geladeira, fogão elétrico e a gás, ventiladores, redes, banheiras e utensílios de cozinha.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal, está inserida às margens do rio Iguaçu e Parque Nacional do Iguaçu. Adquirida no ano de 2004, a área era totalmente desprovida de árvores e o acesso era precário. Com o objetivo de criar um local familiar, iniciou-se o plantio de árvores, que hoje totalizam oito mil unidades, e com mato nativo foi recuperada toda flora.

**Atendimento:** a propriedade recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, em média de dez a quinze pax's nos finais de semana, através de reservas antecipadas. O local está aberto para visitação quando antecipadamente reservado. O próprio casal é responsável pela recepção dos visitantes e elaboração das refeições, além de contar com a ajuda de um funcionário externo. Para a família a visitação representa em torno de 5% da renda financeira, ou seja, não dependem diretamente dos resultados obtidos com o empreendimento.

**Divulgação e Comercialização:** realizada através das redes sociais e do roteiro Doce Iguassu. Site: [www.pedradobigua.com.br](http://www.pedradobigua.com.br).



Figura 50 – Pedra do Biguá  
Fonte: Roteiro Doce Iguassu (2013)

### **Propriedade Magarancho**

**Localização:** Rua Pernambuco s/n, final Oeste, no centro do município de Capanema.

**Estrutura Familiar:** a família Magarancho é formada pelo casal de descendência italiana Augusto Lorencetti e Joana Lorencetti. Referente à escolaridade, o casal concluiu o primeiro grau.

**Atrativos da Propriedade:** o nome Magarancho surgiu da junção dos nomes Magazine, como é popularmente conhecido o seu proprietário Augusto Lorencetti, e rancho, por ser um local rústico. Foi fundado no dia 13 de dezembro de 1997, com o propósito de manter viva a história dos colonizadores do município e reunir casais, amigos, idealizadores, amantes da cultura, da tradição, do respeito à natureza e da defesa da família, com o objetivo de formar uma história no município, uma espécie de clube privado, onde se reúnem as famílias de Capanema e municípios vizinhos. Dessa forma, com a colaboração e doações de objetos pelas famílias de Capanema e Região, foi criado o Museu Magarancho, que possui uma ampla estrutura, contendo o santuário religioso de Nossa Senhora Aparecida, com a celebração de missa todo o dia 12 de cada mês, às 12 horas, réplica do Caminho de Cristo, Museu Histórico Regional, três salões de festas para locação, sendo um com restaurante colonial, um paiol campeiro e um quiosque e área de camping, tudo em contato com a natureza. Foram criadas as cápsulas do tempo, que foram abertas no ano de 2011, e serão novamente abertas nos anos de 2051 e 2101, onde estão depositados documentos e objetos históricos regionais até a data de 2101.

**Tipologia do acervo:** Antropologia e Etnografia; Arqueologia; Artes Visuais; Ciências Naturais e História Natural; História; Imagem e Som.

**Atividades Produtivas:** somente para Subsistência familiar e da propriedade.

**Aspectos Socioambientais:** a propriedade tem área de preservação permanente e reserva legal, localiza-se às margens do Rio Iguazu e Parque Nacional do Iguazu.

**Atendimento:** estima-se que dez mil pessoas já visitaram o museu. Recentemente, o proprietário Augusto Lorencetti passou o direito de manutenção e preservação do imóvel para a administração municipal. O local fica aberto para visitação de terça a domingo, das 8h às 18h.

**Divulgação e Comercialização:** realizada através das redes sociais e pelo Roteiro Doce Iguassu.



Figura 51 - Propriedade Magarancho  
Fonte Roteiro Doce Iguassu (2013)

### **Casa do Artesão**

**Localização:** Comunidade Linha Santa Ana, no município de Capanema.

**Responsável:** a Casa do Artesão é administrada pela associação dos artesãos locais e representada por uma funcionária municipal, pelo fato de ser uma associação, diferente das propriedades particulares.

**Atrativos do Empreendimento:** local destinado à comercialização de produtos artesanais do município de Capanema. Oferece vários tipos de artesanato, como: toalhas bordadas à mão, crochês, entre outros.

**Atendimento:** o local recebe visitantes procedentes, em sua maioria, da região, através de visitas agendadas por meio da Associação Doce Iguassu. Fica aberto para visitação de segunda à sexta-feira, das 8h45 às 11h30 e das 13h30 às 18h, e aos sábados, das 8h45 às 12h.

**Divulgação e Comercialização:** realizada através das redes sociais, rádio e do roteiro Doce Iguassu.



Figura 52 – Casa do Artesão  
Fonte Roteiro Doce Iguassu (2013).

### **3.3 Matriz SWOT considerando Foz do Iguaçu e Entorno em relação ao Turismo de Base Comunitária**

A partir do levantamento das informações e análise dos itens anteriormente citados, foi elaborada uma matriz SWOT, produto final do diagnóstico. Importante destacar a necessidade de sustentabilidade ambiental (meio ambiente, sociedade, cultura, produtos, serviços e equipamentos turísticos) compatível com adequado atendimento aos visitantes a curto, médio e longo prazo.

O resultado da análise swot poderá servir para nortear as estratégias, o plano de ação e a priorização das ações para a região. A swot tem também como finalidade auxiliar os gestores públicos e privados nas decisões de modo a maximizar as oportunidades e minimizar os pontos fracos e ameaças.

É um método em que se parte da ideia de que deve avaliar e atuar estrategicamente sobre os fatores atuais (maximizando as forças e corrigindo as fraquezas) e futuros (focando as oportunidades e evitando as ameaças), que influenciam ou venham a influenciar o desenvolvimento de atividades e projetos que compõem os planos.

Mediante o panorama exposto, caracterizado pela existência de sinergias positivas e impactos negativos, faz-se necessário o planejamento de estratégias que ativem as fortalezas e potencialidades da comunidade, à execução de desenvolvimento turístico, do mesmo modo que pretende minimizar os riscos que planejam as debilidades e ameaças apreciadas na relação entre atividade turística e comunidade local (matriz Swoot).

Para tanto, já temos visto como a atividade turística pode ter importantes efeitos positivos sobre a economia e a sociedade local, ao mesmo tempo que pode gerar efeitos negativos sobre essa mesma comunidade. Essa matriz poderá servir de diagnóstico inicial das interações entre o setor turístico e a comunidade local.

Destaca-se que a matriz SWOT foi construída considerando-se alguns componentes: atrativos e produtos turísticos; infraestrutura e serviços básicos, gestão institucional, recursos culturais e ambientais e comercialização. Essas

informações foram obtidas através das entrevistas e observações coletadas por meio do convívio com as comunidades e instituições pesquisadas.

**Quadro 5 – Análise Swot Foz do Iguaçu e Região no contexto do turismo da região**

<b>FOZ DO IGUAÇU E REGIÃO</b>	
<b>SWOT</b>	<p><b>Pontos Fortes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presença de recursos turísticos propícios para o desenvolvimento produtivo e comercial, como ambientes naturais, aspectos culturais e diversidade de produtos.</li> <li>• Variedade de atrativos na região, com potencial para atender ao TBC.</li> <li>• Presença do lago e do Parque Nacional do Iguaçu como elemento integrador, com potencial de aumento da exploração turística sustentável.</li> <li>• Presença de Balneários Turísticos ao longo do Lago de Itaipu, com estruturas de marinas, bases náuticas e atracadouros.</li> <li>• Existência de áreas protegidas da Itaipu Binacional – Faixa de Proteção, Refúgio Bela Vista e Refúgio de Santa Helena.</li> <li>• Presença do Reservatório de Itaipu.</li> <li>• Existência do Parque Nacional do Iguaçu, já consolidado como produto dirigido ao ecoturismo, e o Parque Nacional de Ilha Grande.</li> <li>• Existência de Instância de Governança Regional ativa, que facilita o planejamento e gestão integrada dos municípios limítrofes – Adetur.</li> <li>• Fortalecimento da Regionalização, por meio da estruturação do Planejamento Estratégico de Desenvolvimento do Turismo regional, visando desenvolver ações junto aos municípios.</li> <li>• Existência da Gestão Integrada em Foz do Iguaçu.</li> <li>• Percepção sobre a importância do TBC e de sua correta gestão.</li> <li>• Articulação para capacitação e qualificação do setor no nível básico, técnico e profissional propiciado pelas universidades e entidades como EMATER, SENAC, SEBRAE, SESC, SESI entre outras.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A principal via de acesso à área é a BR 277, que conecta importantes cidades do Estado (Cascavel e Curitiba), constituindo-se em corredor viário por onde trafega o maior movimento turístico interno do Estado.</li> <li>• Aeroporto Internacional em Foz do Iguaçu em reforma e com potencial de expansão, a fim de absorver novas conexões diretas.</li> <li>• Disponibilidade de cobertura de abastecimento de água e energia elétrica em todos os municípios para atender à demanda turística atual e futura, e avanço no sistema de coleta de resíduos sólidos, com implantação, em boa parte dos municípios prioritários, de usinas de reciclagem e implantação de aterros sanitários.</li> <li>• Clima favorável.</li> <li>• Existência de programas de sensibilização ambiental, cultural e social.</li> <li>• Proximidades com outros municípios os turistas.</li> <li>• Localização geográfica.</li> </ul> <p>de interesse turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Custos dos serviços acessíveis para</li> <li>• Hospitalidade.</li> <li>• Preocupação com os recursos naturais e necessidade de zelar pelo local.</li> <li>• Existência de Departamento ou Secretaria de Turismo nos municípios com iniciativa local.</li> <li>• Capacidade de negociação entre atores públicos e privados.</li> <li>• Coesão social das comunidades.</li> <li>• Interesse das comunidades no desenvolvimento do TBC.</li> </ul>
	<p><b>Pontos Fracos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldades do trade turístico dos Municípios Lindeiros e municípios ribeirinhos ao PNI para a definição e implantação de uma estratégia de promoção do TBC integrada.</li> <li>• Iniciativas isoladas de divulgação, promoção e comercialização dos produtos e atrativos turísticos.</li> </ul>

- Carência de legislação turística municipal, bem como de Conselhos de Turismo e de Preservação do Patrimônio Cultural e Ambiental, com exceção de Foz do Iguaçu.
- Inexistência de quadro funcional para o trabalho específico com o TBC.
- Deficiência na malha viária interna.
- Deficiências na sinalização de rodovias, das principais avenidas, espaços públicos e de acessos.
- Pista simples na principal rodovia (BR 277) no acesso à área.
- Insuficiência de transporte coletivo intermunicipal e de transporte exclusivo para turistas.
- Dificuldade de acessibilidade aos atrativos turísticos.
- Inexistência de uso regulamentado da atividade turística do Parque Nacional de Ilha Grande.
- Inexistência de Estudo de Impacto Ambiental e/ou Relatório de Impacto Ambiental EIA-RIMA dos balneários, terminais turísticos e bases náuticas do Lago de Itaipu.
- Falta de iniciativa local empresarial para o TBC.
- Deficiência dos meios de comunicação.
- Falta de postos de informações turísticas, com exceção de Foz do Iguaçu.
- Deficiência de mão de obra qualificada.
- Ausência de calendário turístico integrado entre os municípios.
- Número de equipamentos turísticos (bares, restaurantes, pousadas) muito baixos.
- Inexistência de políticas públicas direcionadas ao TBC.
- Carência de infraestrutura básica (saúde, educação, transportes, entre outros).
- Dificuldade de implementação e continuidade dos projetos assumidos pelas associações locais.
- Mobilização e organização comunitária deficiente.
- A taxa de permanência e gastos dos turistas é baixa, caracterizando

	<p>um bate e volta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muitos dos atrativos com potencial para o TBC não possuem serviços e estrutura adequada para receber turistas.</li> <li>• Elevada taxa de sazonalidade nos Municípios Lindeiros.</li> <li>• Falta de integração entre os produtos efetivos e os demais atrativos da região.</li> <li>• Poucos serviços turísticos oferecidos nos Municípios Lindeiros.</li> </ul>
	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão Social através do Turismo.</li> <li>• Contexto e conjuntura de mercado favorável ao TBC.</li> <li>• Foz do Iguaçu como um dos 65 Destinos Indutores é uma das dez Regiões Turísticas do Estado do Paraná que tem estratégias próprias no tocante à promoção turística de arranjos produtivos locais do País e do Estado.</li> <li>• Planejamento, organização, articulação, fomento e gestão por meio do Programa de Regionalização do Turismo.</li> <li>• Política de capacitação de recursos humanos para a gestão do turismo.</li> <li>• Plano de fortalecimento da instância de governança – ADETUR, como instrumento de gestão e fomento do turismo regional.</li> <li>• Integração regional como fator chave de desenvolvimento.</li> <li>• Geração de emprego, aumento da renda e melhor qualidade de vida para as comunidades.</li> <li>• Inserção da Cadeia Produtiva do Turismo como Programa de governo local e regional.</li> <li>• Diversificação produtiva da economia local.</li> <li>• Fortalecimento e valorização da cultura e tradições locais.</li> <li>• Financiar políticas sociais, culturais e ambientais como forma de apoiar as populações locais no desenvolvimento territorial, através das receitas provenientes do turismo.</li> <li>• Potencialidade de diálogo, na relação entre o local e o global.</li> <li>• Integração da população local com a equipe técnica, em um</li> </ul>

	<p>processo conjunto da capacidade participativa de planejamento e implementação de projetos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exploração do turismo sustentável em áreas naturais, atribuindo usos que propiciem a conservação ambiental.</li> <li>• Ampliação das ações de sensibilização e educação ambiental.</li> <li>• Novas oportunidades turísticas através de corredores turísticos e rodovias tematizadas.</li> <li>• Novos padrões de consumo e motivações, privilegiando destinos que ofereçam experiências diversificadas e com elevado grau de autenticidade e qualidade ambiental.</li> <li>• A utilização do lago como meio de acesso aos diferentes destinos e produtos turísticos.</li> <li>• Aproveitamento de oportunidades de investimentos nos segmentos turísticos prioritários e municípios da região com potencial de maior integração regional e desenvolvimento.</li> <li>• Cooperação entre os gestores do TBC.</li> </ul>
	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competitividade do destino Foz do Iguaçu que não está preocupado com o TBC.</li> <li>• Turismo de Foz do Iguaçu baseado no consumo/elite.</li> <li>• Possibilidade de impactos ambientais sobre os recursos naturais.</li> <li>• Incoerência de política pública para o turismo.</li> <li>• Ausência de integração institucional.</li> <li>• Aumento na produção de lixo.</li> <li>• Sazonalidade da demanda pelos serviços e dificuldades de comercialização dos bens e serviços.</li> <li>• Limitação de políticas públicas para a comunidade.</li> <li>• Acesso dos atores envolvidos com a educação e qualificação.</li> <li>• Dependência de terceiros para que tragam os turistas.</li> <li>• Limitação de recursos financeiros.</li> <li>• Dificuldade de trafegabilidade em trechos rodoviários da PR-497 e PR-495 e da BR-163.</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Dificuldade de acessibilidade urbana.</li><li>• Poluição das praias artificiais do reservatório de Itaipu.</li></ul> |
|--|--|

Fonte: A Autora, 2013.

### **3.4 Análise e Apresentação dos Resultados da Pesquisa**

Durante essa etapa, constou-se que nem todas as propriedades possuem infraestrutura ou potencialidades para receber visitantes, porém, todos acreditam que o turismo pode ser uma alternativa de renda complementar, caminho para pequenos produtores, mas muito ainda tem que ser feito, considerando que é explorado de forma incipiente, destacando-se a produção rural e agroecológica. Necessitam de melhorias nas infraestruturas, manutenção das instalações e serviços profissionais que incentivem e possibilitem as comunidades desenvolverem além das atividades tradicionais outras atividades econômicas como um meio para conseguirem maiores níveis de desenvolvimento econômico e social para a população local.

Para que o desenvolvimento turístico aconteça, é necessário que os diferentes agentes sociais da comunidade dialoguem sobre as expectativas e interesses do grupo e concordem com o seu desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental, através de uma organização e gestão compartilhada com os diferentes atores do processo. E que considerem em seu planejamento a eficácia econômica, a equidade social e a sustentabilidade ambiental.

A eficácia econômica implica que o turismo tem que ser antes de tudo uma atividade geradora de rendas econômicas para a sociedade e criadora de emprego digno e, se possível, qualificado. A eficácia econômica, em termos sociais, não somente supõe rentabilidade empresarial e obtenção de benefícios privados, senão, mais ainda, reativar e aumentar os níveis de bem-estar da comunidade em geral. A equidade social supõe que o turismo tem que gerar um reparo tanto de custos como de benefícios. Não existe um processo de desenvolvimento turístico equilibrado se aumentam as diferenças sociais e econômicas internas da sociedade ou se produz o benefício excessivo de determinado grupo social ou territórios frente a marginalização e empobrecimento

de outros. A sustentabilidade ambiental implica a conservação e respeito dos recursos e valores naturais, que são a base da própria atividade turística e cuja existência há de ser garantida no futuro para a própria sustentação da atividade, para assegurar o desfrute do meio por parte das gerações vindouras (OMT, 2009).

Porém, ao serem questionados, a maioria dos entrevistados apontaram falta de integração e diálogo com outros estabelecimentos ou com os gestores municipais para a construção do processo associativo. Assim como, desconhecem as potencialidades das propriedades existentes em seu município, não há uma troca de experiências e conhecimentos, ou seja, não há uma produção conjunta da cadeia produtiva do turismo, embora se perceba a capacidade de integração da comunidade no território receptor. Para Coriolano (2009, p, 66), uma das primeiras ações que as comunidades realizam é a elaboração de um pacto interno com os próprios residentes em defesa de sua propriedade. Procuram que a maioria se comprometa com a preservação de suas terras, delas não se desfazendo.

Faz-se necessária uma gestão compartilhada entre os gestores locais públicos e privados, uma reestruturação da oferta existente ou definição de novos critérios de implantação para os destinos em processo de criação e consolidação para atender às exigências da nova demanda, que além de mais qualificada, busca formas alternativas para empregar seu tempo de lazer, não se satisfazendo apenas em contemplar, quer participar, vivenciar, ter novas experiências turísticas.

A introdução de tecnologias ambientais, a modernização gerencial, a gestão coordenada dos projetos e a consideração das variáveis territoriais, culturais e naturais são requisitos essenciais para se posicionar perante as novas possibilidades que o setor oferece. Além do fato de que os projetos e produtos turísticos devem ajustar-se para esses novos comportamentos e exigências, sendo requisitos básicos a diversificação da oferta em contraposição a mono produção, a criação de produtos específicos frente aos genéricos, o desenvolvimento do modelo de um turismo ativo frente ao contemplativo e o

tratamento personalizado frente aos mecanismos próprios do turismo de massa (OMT, 2009).

Buscando refletir sobre a experiência da região no atendimento turístico das comunidades e as características específicas do espaço, em grande parte rural, percebe-se que a preocupação é prestar um atendimento diferencial, em que os visitantes participam e se envolvem com a vida cotidiana das propriedades rurais, possibilitando trocas de vivências e experiências, em contrapartida, a localidade sente-se prestigiada e valorizada, além do fator econômico. As vivências possibilitam que o visitante valorize o trabalho e o modo de vida local, são coisas que leva e fica na memória, exemplificado através de depoimento de visitantes das propriedades visitadas.

Eu e minha família somos hóspedes no local e não abrimos mão do contato com o campo. Aqui encontramos a natureza, podemos andar descalço, brincar e tratar os animais, andar a cavalo, comer frutos apanhados direto das árvores, mastigar cana-de-açúcar, tirar leite da vaca, ouvir o cantar dos pássaros, coisas raras que não encontramos no dia a dia na cidade, experiências que ficam para sempre marcada em nossas vidas (DP, Pesquisa de Campo, 2013).

O Recanto Olinda Sheffer oferece opção de lazer gastronômico e desfrutar de refeições saudáveis com temperos frescos é algo interessante a vivenciar enquanto uma boa conversa acontece. O Agroturismo tem como aspecto positivo receber o amigo visitante de modo único. No momento em que adentramos no recanto, este se torna a extensão de nossa casa, nosso lar (MM, Pesquisa de Campo, 2013).

Percebe-se que as famílias estão construindo uma nova dinâmica de relação produtiva e social, em contrapartida ao modelo capitalista tradicional, tendo em vista que a medida que o turismo se relaciona com seu entorno, gera maiores efeitos multiplicadores da atividade econômica, fortalece os processos de contato cultural entre população local e visitantes e aproveita os processos territoriais como forma de reequilibrar o espaço e de configurar novos sistemas de infraestruturas que servem ao desenvolvimento global do país e região.

Perceptíveis são as melhoras que o desenvolvimento turístico pode ocasionar nos diversos setores como transporte, água potável, energia, saúde, segurança, paisagem urbana, equipamentos, entretenimentos, entre outros.

Ao questionarmos os sujeitos a respeito de como se caracteriza o turismo realizado em seu estabelecimento, se houve mudanças no seu modo de vida com a chegada dos turistas, obtivemos respostas que o turista vem, passa o dia e vai embora, ou fica somente algumas horas, havendo necessidade de uma proposta que o estimule a ficar mais tempo. Sua rotina, embora tenha como prioridade atividades de subsistência como a pesca, agricultura, agroecologia, entre outras, torna-se mais interessante quando possibilita agregar atividades inovadoras e troca de experiências com o visitante, como exemplificado na transcrição de um dos produtores rurais “estava procurando lugar para molhar horta, porque gastava muito diesel, hoje vivemos praticamente do turismo que mudou nossa vida” (TJ, Pesquisa de Campo, 2013).

Em relação aos benefícios gerados, desde que optaram em receber turistas em suas propriedades as respostas foram positivas, citou-se o aumento da lucratividade, intercâmbios culturais, vida mais movimentada, divulgação do município, troca de informações e respeito ao turista, crescimento e valorização pessoal, vontade de querer se qualificar cada vez mais.

A culinária rural e orgânica é muito valorizada, pois os ingredientes que vão à mesa são cultivados pela nossa família, o cardápio contribui inclusive para a troca de experiências culturais. Eu até melhorei o inglês para dar um melhor atendimento aos visitantes internacionais, já recebemos inclusive turistas americanos. É interessante porque ao mesmo tempo em que absorvemos a cultura deles, eles também absorvem o que a gente tem de legal para oferecer. Exemplo disso é essa gastronomia chamada slow food, a comida feita com calma e sem nenhum ingrediente industrializado. Os turistas saem daqui com a sensação de que foi um aprendizado cultural que eles tiveram de nossa região (ES, Pesquisa de Campo, 2013).

Buscamos através de nossa hospitalidade expor um pouquinho de nossa história de vida, através de pequenos exemplos como a geladeira que tem 65 anos e a mesa que foi construída com a madeira da árvore plantada em 1963 nos fundos da propriedade pelo meu avô, que após um raio, caiu, então aproveitamos o que restou transformando em móvel (LGS, Pesquisa de Campo, 2013).

Porém, percebe-se que a maioria dos gestores encontra benefícios em receber turistas, que vão além de questões econômicas, como a valorização da

união e cooperação dos atores envolvidos, as experiências de troca de cultura existentes na relação entre visitante e comunidade, buscando apresentar um local hospitaleiro e acolhedor, valorizando o território onde vivem, desenvolvendo sentimento de pertencimento. O que pode ser complementado através do relato de uma entrevistada, N.G.

Com essa história do Turismo Rural que está nascendo em nossa propriedade, carinhosamente conhecida como propriedade familiar da Família Grassi, começamos a servir alimentação para grupos de pessoas interessadas, que antes ligam, agendam e confirmam suas vindas. E, como somos uma família de origem italiana, não falta na mesa, por exemplo, os tradicionais tortéi e agnolini e um bom vinho colonial que produzimos aqui mesmo. Como aperitivos, servimos embutidos que são comercializados por outros componentes da família Grassi, vizinhos de nossa propriedade. Sabemos que a principal coisa que vamos oferecer aos visitantes é uma atenção especial e carinhosa. Recebemos por igual um presidente da república, assim como um trabalhador que exerça a função de gari. Nossa forma de vida é muito simples não muito diferente da maioria dos agricultores familiares, que tentavam sobreviver com um pedacinho de chão (N.G, Pesquisa de Campo, 2013).

Outro depoimento corrobora com essa informação:

Não consigo imaginar sem isso aqui, sem se envolver com a comunidade, com as ações. Tenho certeza que se quiser fazer dar dinheiro dá. Tem espaço para campo de futebol e vôlei de areia, todas terças-feiras tem jogo de voleibol de areia para as mulheres da comunidade se encontrarem e se divertirem (C.S, Pesquisa de Campo, 2013).

Os resultados obtidos, através do ingresso de receitas, geração de emprego, valorização cultural e ambiental, aumento da satisfação da comunidade local, refletem-se no desenvolvimento econômico e na obtenção de melhorias para todo o segmento da população, efeito positivos gerados pelo TBC.

Compreende-se que a gestão do turismo acontece de dentro para fora, ou seja, as comunidades é que ditam as regras. Quanto ao recebimento de turistas, ficou evidente que existe um grupo de comunidades que recebe os turistas há pouco tempo, outros há alguns anos, alguns possuem fluxos maiores outros menores.

Em relação aos dados apresentados sobre a localização geográfica, do ponto de vista territorial, percebe-se que a maioria dos estabelecimentos se encontram em propriedades rurais, exemplificada através do relato abaixo.

Santa Helena é uma cidade essencialmente agrícola, existem aproximadamente 2.500 propriedades rurais que possuem de 12 a 15 hectares, perfazendo o total de 70 a 80% de propriedades no município, o que levou o município a criar vários incentivos para esses produtores rurais como inseminações na criação de frango e bois, projeto de condomínio cooperativo de agroenergia para agricultura familiar, industrialização caseira dos produtos orgânicos in natura, a própria pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisas Avançadas com objetivo de verificar qual melhor variedade de alternativas na fruticultura para levar mudas para o pequeno produtor, de forma a agregar mais fonte de renda em sua propriedade (Técnico J.C.O, Pesquisa de Campo, 2013).

Algumas famílias relataram viver no respectivo sítio geográfico há mais de 50 anos, como é o caso da família G..

Os pioneiros da nossa família, Paulino Grossi e Maria Pierina D. Grassi desbravaram esse pedaço de terra. A machado e foice começaram abrindo uma clareira na espessa mata nativa. Nesta propriedade pretendemos viver o resto de nossas vidas, porque gostamos muito desse lugar. Esse lugar é muito gostoso para morar, porque tem muita natureza e aqui nasceram nossos filhos, que criamos e formamos cidadãos com o que aqui produzimos. Teremos satisfação em compartilhar com todos visitantes nossas experiências acumuladas de vida aqui nesta pequena propriedade rural. Aqui chegamos há 50 anos, vindos do Município de Antônio Prado, estado do Rio Grande do Sul (Família G.).

Ainda do ponto de vista territorial, destacamos que os municípios estão localizados próximos uns dos outros, em um eixo de trezentos e cinquenta quilômetros de distância, considerando Foz do Iguaçu a Guaíra, o que facilita a articulação entre eles. Importante mencionar o município de Itaipulândia, que se distancia sessenta quilômetros de Foz do Iguaçu, tendo-o como atrativo complementar. O acesso é possível por meio de transporte terrestre ou fluvial, mas pelo fato de o município não possuir estrutura de hospedagem e de gastronomia para turistas, não pode ser considerado destino turístico. Assim, muitas pessoas que estão em Foz do Iguaçu deslocam-se para Itaipulândia e retornam ao final do dia, aproveitando seus atrativos naturais, como o balneário e a estrutura para pesca. Recentemente foi inaugurado o Parque Aquático Terminal

Lago de Itaipu, que tem grande potencialidade de atração e investimentos turísticos. De acordo com o Diretor de Marketing do parque, Sr. P.E.C.P:

O marketing será trabalhado de acordo com a estratégia do município e região, busca-se uma interatividade entre os moradores locais, para que se interajam e se envolvam, tentaremos ao máximo absorver mão de obra local, serão mais de 500 contratações para atuarem em diferentes setores como: atendimento, gastronomia, entretenimento, artístico, segurança, limpeza, monitores aquáticos, e salva vidas. Buscar-se adaptar a cultura local, como exemplo, permitir a entrada de cuia e ervas para tererê e chimarrão, o que não irá influenciar dentro da receita e vai ser simpático com a população. Acredito muito no potencial local, vejo a carência de entretenimento e o parque veio para complementar e se inteirar com o turismo de Foz do Iguaçu, que tem suas belezas naturais, é um casamento entre a contemplação e interação e isso que queremos explorar dentro da estratégia de exploração águas do parque. Agora que você viu que tal sentir, provar, bagunçar, fazer com que saboreiem (Pesquisa de Campo, 2013).

Convém destacar que a maioria dos percursos das estradas que dão acesso às comunidades é precário, as estradas não são pavimentadas, são de terra, impossibilitando o acesso nos dias de chuva, além do fato de que a sinalização é deficitária, dificultando a chegada até o local. As propriedades também estão distantes umas das outras, interferindo na participação e coesão social. Não há disponibilidade de transporte rodoviário até as propriedades, o acesso tem que ser através de vias próprias. Apesar de o transporte e as vias de acesso serem um fator de destaque para o desenvolvimento turístico, não são obstáculos que inibem o envolvimento das pessoas com espírito solidário, que buscam uma integração comunitária na busca do desenvolvimento local da região.

O desenvolvimento da localidade turística depende, em partes, da qualidade dos meios de transportes e facilidades de acessos ao atrativo, considerando as estradas, os modais disponíveis, trânsito pelos corredores e roteiros turísticos.

Outro quesito fundamental é a organização dos estabelecimentos, e nesse caso, possuem gestão familiar, oriundos da cultura italiana ou germânica, configurando o casal como responsável pela recepção e atendimento do visitante, desempenhando a família papel fundamental para a organização e

fortalecimento local. Porém, percebe-se que as atividades são centralizadas somente no casal, porque os filhos não têm interesse em trabalhar na propriedade dos pais, querem sair em busca de algo melhor, exemplificado através do depoimento do Sr. A..

Nossos filhos não querem permanecer no campo, não querem somente a qualidade de vida que nós como pais apresentamos, aprenderam na educação que o meio rural é bom, mas não querem ficar. Hoje não conseguimos investir mais em nossa propriedade por não termos ajuda de nossos filhos, que possuem outras atividades econômicas na cidade, pois a mão-de-obra disponível no mercado é praticamente inexistente, e sozinhos não conseguimos dar conta de organizarmos a propriedade como realmente precisa, temos os fatores limitantes (Sr. A., Pesquisa de Campo, 2013).

Complementa o Sr. A.R. ao abordar sobre a importância da agricultura orgânica, sobre a valorização no mercado, considerando que os preços se igualam a agricultura convencional.

Se tivesse tido oportunidade de sempre ter se alimentado como agora, teria mais anos de vida com qualidade, mas tenho orgulho de mexer com produtos livres de agrotóxico e de estar contribuindo com uma boa alimentação para outras pessoas. Um alerta na agricultura é que estão permanecendo somente os mais velhos na agricultura, as novas gerações não se interessam mais em permanecer no campo. O que será da agricultura daqui a 10, 20 anos? O que importa não é o dinheiro, são os produtos de que estamos nos alimentando. Uma ação muito positiva em relação a essa preocupação é do Colégio Agrícola, que capacita e cuida da formação dos filhos dos agricultores do Oeste do Paraná, são 350 alunos, sendo que 220 estão em regime de internato (Sr. A.R., Pesquisa de Campo, 2013).

Somente quando necessária é realizada contratação externa de funcionários, o que reflete o baixo índice de empregos gerados pelos estabelecimentos, sendo que a maioria desses funcionários é parente dos gestores ou amigos de confiança, tratados como membros da família, o que retrata as palavras do Sr. F.K, funcionário do estabelecimento Morro dos Sete Pecados

Estou muito feliz com meu trabalho e a forma como sou tratado, a casa foi meu chefe que me deu, pagou para trazê-la da cidade, o que mudou muito em minha vida, nem meu pai teve condições de fazer isso, me dar uma casa, é uma boa pessoa, sou considerado como membro da família.

Foi verificado que a maioria dos proprietários possuem considerável grau de instrução, o segundo grau completo, o que contribui na melhoria da gestão dos empreendimentos. Compreende-se que, ao analisar um serviço turístico, é necessário que se leve em consideração as pessoas que prestam o serviço, se a quantidade de mão-de-obra disponibilizada é suficiente, se estão motivados para prestá-lo, se agem com competência, agilidade, confiança, segurança, responsabilidade e, acima de tudo, com hospitalidade, o que influencia diretamente na qualidade do produto turístico. O que se subentende é que a capacitação depende do grau de envolvimento e participação das atividades proporcionadas na localidade e a forma de gerenciar adequadamente o turismo em seu próprio território.

Essas atividades locais buscam receber o turista, oferecendo sua hospitalidade por meio de hospedagem, gastronomia, passeios, venda de produtos locais, pesca, agricultura, artesanato, produção agroecológica, apresentação de sua cultura típica, introduzindo o visitante na vivência de seu cotidiano. A maior parte das ações realizadas são típicas de atendimento de propriedades rurais, em que os proprietários pensam em seu bem comum e não no coletivo, dessa forma, induzindo a compreensão de que o turismo, na maioria dos locais pesquisados, não se desenvolve amparado na proposta de turismo de base comunitária.

Mediante os resultados obtidos na pesquisa de campo, evidencia-se que a concentração de atividades na região que mais se assemelham aos conceitos de turismo de base comunitária é o Circuito Sabiá, localizado no município de Matelândia e o Roteiro Doce Iguaçu, localizado no município de Capanema. No município de São Miguel do Iguaçu também se visualizam dois territórios que são isoladamente trabalhados, a aldeia indígena Avá Guarani e a Comunidade Quilombola dos descendentes de escravos. Para exemplificar, na sequência alguns relatos são apresentados:

Para ser reconhecido como remanescentes de quilombo, a comunidade deve ter descendentes de escravos, cor da pele negra, viver em comunidade, desenvolver trabalho que compartilham o cultivo. Além de continuar com as tradições, tais como medicina natural (ervas), agricultura familiar, artesanato, folclore e pratos

caseiros. De acordo com a Sra. Aurora, a família adquiriu as terras onde hoje está a comunidade por intermédio de seu avô, que foi um dos pioneiros da região e contribuiu com a fundação da Estrada Velha de Guarapuava, que no século passado era considerada a mais importante do corredor do Oeste. Levamos uma vida tranquila e feliz, cada família tem um alqueire de terra para plantar hortaliças, mandiocas e criar os animais, a venda dos produtos é feita de forma comunitária. (A.C., 66 anos, presidente da comunidade).

Na comunidade mantemos nossas tradições culturais passadas de geração em geração, como o aprendizado com os meios naturais que tive com minha mãe, Dejanira Correia, que da natureza se extraíam os remédios para nossos tratamentos e que na década de 60, quando a cidade ainda estava no início da colonização, realizava muitos partos de criança na comunidade, o que também praticava até os dias de hoje (R.C.).

No que se refere à infraestrutura existente nas propriedades, observou-se que cada uma delas tem suas particularidades, de acordo com os serviços prestados, com as características rústicas, nada muito luxuoso e especializado. Pequena porcentagem tem condições de hospedar os turistas, o que significa que fica difícil desenvolver o turismo sem que se tenha investimento em meios de hospedagem, assim como nos locais destinados à gastronomia, que embora tenha grande potencialidade em função da existência de culturas diversas, como alemã, italiana, polonesa, entre outras, não possuem equipamentos para atender a uma demanda considerável de visitantes.

A base de toda estratégia de oportunidade de turismo receptivo no âmbito local é que o gasto do turista fique em porcentagem maior possível no município receptivo. Quanto mais transportes, pernoites, alimentação, atividades e compras sejam consumidos, maiores serão os benefícios econômicos do turismo no município. Dificilmente a comunidade local perceberá o interesse pelo turismo sustentável, se as estratégias de desenvolvimento turístico não gerarem os benefícios econômicos na própria comunidade. A sequência tem que começar com mudanças no transporte, alojamento, restaurante, atividades e comércio que se localizam na comunidade local, e que esta se beneficie através da criação de empregos, microempreendimentos, autoemprego e gere o gasto turístico através de seus efeitos multiplicadores (OMT, 2009).

Dentro desse contexto, referimo-nos ao lugar, que de acordo com Buttimer (1985), “é o somatório das dimensões simbólicas, emocionais, culturais, políticas e biológicas”, busca-se entender os processos sociais que ocorrem diariamente e suas relações no contexto da globalização e os valores culturais e sociais, como laços que unem e caracterizam os homens, podendo ser considerados nas análises regionais, como identidade regional. Alguns autores defendem o sentido do lugar a partir das relações sociais e culturais de seus habitantes, e essa condição começa a ser repensada na dimensão do espaço (Teles, 2009, p. 18).

Construímos o museu no porão de nossa casa, na cantina onde fazíamos vinho, pensando em fazer parte do circuito turístico da região, com o objetivo de mostrarmos para os visitantes um pouco de nossos valores culturais, através dos equipamentos que temos utilizado em nossa propriedade rural desde que aqui chegamos, há mais de 60 anos, quando tudo era mato, até os dias de hoje, considerando que muito mudou com as novas tecnologias, buscando, dessa forma, fazer com que o visitante valorize o trabalho e o modo de vida local (S.G., Pesquisa de Campo, 2013).

Se fosse para pensar no retorno financeiro a curto e médio prazo, não iria investir, já faço isso há 10 anos, desde quando adquiri a propriedade, com a finalidade de tornar um atrativo turístico. Como as pessoas procuram esse tipo de turismo acredito que daqui a 10 anos vai estar bem diferente, com bastante público. Quando o turista vai para a praia ele se estressa, aqui é tranquilidade, não se vê falar em violência, é estar em harmonia com a natureza, a gente procura recuperar nascentes, matas e outras coisas, e conscientizar as pessoas sobre a preservação, porque o Morro da Saleté já é preservação, precisa ser criado um atrativo que desperte o interesse mesmo, precisa de um produto diferenciado. E se os filhos não quiserem trabalhar na propriedade, não adianta insistir. Eu acredito muito no turismo rural e acredito também no turismo urbano. A Administração antiga não valoriza turismo rural a longo prazo, sempre quis resultados imediatos, essa administração está voltada para o turismo, vamos aproveitar (E.P.P, Pesquisa de Campo, 2013).

Esses municípios recebem grupos de turistas ocasionalmente, não existe um fluxo contínuo de visitantes, e as visitas têm que ser agendadas anteriormente, de forma individual ou coletiva, o que reflete a falta de regularidade de atendimento, que por não ter atendimentos regulares, quando procurados não conseguem ofertar o produto, subentendendo-se que a sazonalidade interfere na

periodicidade das atividades, o que caracteriza uma instabilidade financeira. Corrobora com essa informação o depoimento de um entrevistado:

Como a demanda de turistas ainda é muito pequena não podemos deixar nossa vida do campo de lado, que é de onde vem nossa fonte de renda para vivermos e nos dedicarmos a estar sempre preparados para atender o turista, até porque não sabemos quando ele vem, nesse momento não temos condições de investir mais, só poderemos investir os recursos que conseguirmos através das pessoas que vem até a nossa propriedade. O que podemos nesse momento é inseri-los em nossas atividades diárias, oferecendo o que temos (Sr. O., Pesquisa de Campo, 2013).

Nesse contexto, é importante conhecer a demanda turística que o local recebe, para poder melhor prepara-se. Porém, deve-se levar em consideração que a demanda turística constantemente tem se diversificado, buscando novos horizontes e formas de expressão, e que não se distribui igualmente ao longo do tempo e espaço, exigindo uma capacidade nas épocas de maior concentração de visitantes, que pode permanecer ociosa em outros períodos. Essa é uma realidade que se percebe nos estabelecimentos que são objetos de estudo.

O perfil da demanda que visita à região é composto principalmente por visitantes que simpatizam com os temas relacionados com a conservação da natureza e valorizam os modos de vida das comunidades locais e sua estreita relação com a biodiversidade do território, bem como a preocupação em conservá-la, além do cuidado com o manejo da fauna e flora das propriedades naturais. A procedência desses visitantes é local ou de cidades vizinhas da região, em um raio de no máximo trezentos e cinquenta quilômetros de distância. Porém, é preocupante o fluxo de visitantes que permanece apenas um dia na comunidade, pois, dependendo do perfil, pode ocasionar problemas relacionados ao lixo e desrespeito com a natureza, ou não se preocupam com os projetos de desenvolvimento territorial e das comunidades sob o enfoque da sustentabilidade.

A sustentabilidade é um conceito complexo e integral que engloba diversas pretensões e enfoques, considerando não somente a vertente ambiental, mas também econômica, cultural e social de qualquer atividade produtiva, inclusive do turismo. Dessa forma, considera-se que uma iniciativa turística será

sustentável, se permitir manter os valores naturais e culturais que permeiam o equilíbrio da comunidade.

Ao optar pela atividade turística, a comunidade tem que estar consciente de que poderão ocorrer alguns impactos ambientais, sociais ou culturais, o que exigirá técnicas concretas de planejamento e manejo para minimizar ao máximo esses impactos, por meio de iniciativas autênticas locais ou empregadas em outros locais que tiveram resultados positivos.

Considerando que o ecoturismo e turismo de aventura é uma das promissoras potencialidades econômicas para Foz do Iguaçu e região, e que muitas propriedades estão localizadas em unidades de conservação, contemplando rios, cachoeiras, nascentes, áreas verdes, remete-nos a uma preocupação com a capacidade de carga local, uma das formas mais apropriadas para estabelecer o equilíbrio e evitar problemas no destino turístico, ao fazer referência ao número máximo de turistas que podem ser acomodados em um destino geográfico, possibilitando estabelecer limites aceitáveis na exploração dos recursos.

Também buscou-se compreender o grau de satisfação dos visitantes, através da aplicação de pesquisas de satisfação, porém, a maioria dos estabelecimentos não utilizam esse método. No entanto, é fundamental verificar se o visitante foi bem atendido, tendo em vista que suas necessidades, expectativas e satisfação têm se tornado cada vez mais relevantes para a compreensão de uma localidade em expansão, e a verificação dessas informações poderá possibilitar um atendimento mais adequado da demanda, aquecer a economia através da geração de novos negócios e empregos e maior satisfação da comunidade local.

Referente à forma de divulgação dos estabelecimentos, constatou-se que a ação é realizada por meio das redes sociais, folders impressos e dos circuitos e roteiros, feiras dos produtores rurais, entre outras exposições, o que demonstra a fragilidade dos meios de comunicação utilizados e os materiais promocionais confeccionados. É preciso empreender e inovar de forma contínua, considerando que os empreendedores são os grandes responsáveis pelo desenvolvimento econômico local, através da apresentação de novos produtos e

serviços, que nesse caso devem considerar os recursos naturais e culturais presentes na comunidade local, ou seja, a grande preciosidade de conhecimentos e atributos advindos com sua descendência.

De acordo com a OMT (2009), o território e a comunidade local constituem integralmente o produto turístico que o visitante consome, não ficando este limitado aos estabelecimentos ou negócios propriamente turísticos (alojamento, restaurantes, serviços) que utiliza. Em consonância com esse princípio, consolida-se progressivamente a tendência do marketing turístico institucional no âmbito local, através de estratégias promocionais encaminhadas a vender o município turístico como um sistema ou conjunto de realidades harmonicamente relacionadas (clima, cultura, paisagem, gastronomia, infraestrutura, vida local, empresas turísticas), e entre as que os elementos ambientais cobram um protagonismo decisivo na conformação e difusão de uma imagem atrativa do produto, município e localidade.

Várias experiências têm demonstrando a importância de um planejamento de promoção turística de forma conjunta entre iniciativa pública e privada para se obter uma melhor coordenação da criação do produto local e a colocação nas prateleiras do mercado, como exemplo, Foz do Iguaçu, destino do mundo.

A informação é um elemento chave para a qualidade do produto turístico. Para uma melhor compreensão da importância da informação é importante entender que o produto turístico consubstancia-se através do aglomerado de bens e serviços que são ofertados e consumidos em determinado destino turístico. O que leva a percepção de que uma das principais características do produto turístico é a experiência que se tem do lugar, logo, é possível, verificar que a informação é um dos componentes centrais do produto turístico, e para que a atividade aconteça de forma organizada, tem que ser regularmente estabelecido horários em que os estabelecimentos estarão abertos para atender ao visitante.

Em relação à organização sociopolítica, as comunidade percebem a importância da união e cooperação dos atores envolvidos na organização das atividades propostas pela iniciativa, dessa forma, estão organizadas em

associações, que têm por finalidade principal a agroindustrialização de produtos *in natura*, produção e venda de artesanatos, produtos agroecológicos, e em sua sede, desenvolvem ações com o intuito de atuar na defesa dos interesses das famílias associadas, como a Aprofoz. Também se organizam em forma de Cooperativas, a exemplo da Cooperativa de Táxis de Foz do Iguaçu (COOTRAFOZ), ou Circuitos como o Circuito Sabiá, ou Roteiros, como o Doce Iguaçu, unindo esforços para divulgarem e comercializarem conjuntamente os produtos. Para isso se encontram semanalmente para participar de reuniões e definir ações a serem executadas.

Para a presidente da APROSMI, M.M.S.:

O objetivo principal da associação é promover a viabilidade econômica, social e ambiental dos pequenos agricultores, melipicultores e artesãos familiares, fortalecendo o associativismo e buscando a melhoria da qualidade de vida dos produtores e consumidores, através da produção agropecuária ou em conversão. Na Aprosmi o produtor tem o seu espaço para comercializar o seu produto, e se o governo não se preocupar com os agricultores, não terá sucesso (M.M.S., Pesquisa de Campo, 2013).

O Brasil é um país eminentemente agrícola, e se hoje temos um PIB positivo é consequência do agronegócio. O que exige de nós uma maior atenção aos nossos pequenos agricultores, somente dessa forma é que virão os benefícios e a consolidação do seguimento em São Miguel do Iguaçu (A.S.O., Técnico da Aprosmi, Pesquisa de Campo, 2013).

Uma iniciativa em Foz do Iguaçu é a Feira de Sabores Colonial, que consiste em uma promoção conjunta da Prefeitura de Foz do Iguaçu, através da Secretaria Municipal de Agricultura, Instituto Emater, Sindicato Rural e Cooperativa da Agricultura Familiar e Solidária (Cooafas), em que cerca de cinquenta produtores expõem e comercializam produtos como cereais, café, conservas, geléias, compotas e doces, derivados da cana-de-açúcar como o melado, embutidos, frangos e peixes, queijos e lácteos, produtos congelados como mandioca e massas, panificação e outros, com o objetivo de fortalecer a cadeia produtiva da agroindústria familiar. A feira também abre um canal de comercialização entre os setores da agroindústria e do turismo, oportunizando negócios entre produtores e hotéis, propiciando a venda direta entre produtor e consumidor. A figura 53, a seguir, expõe, o folder da Feira de Sabores Coloniais.

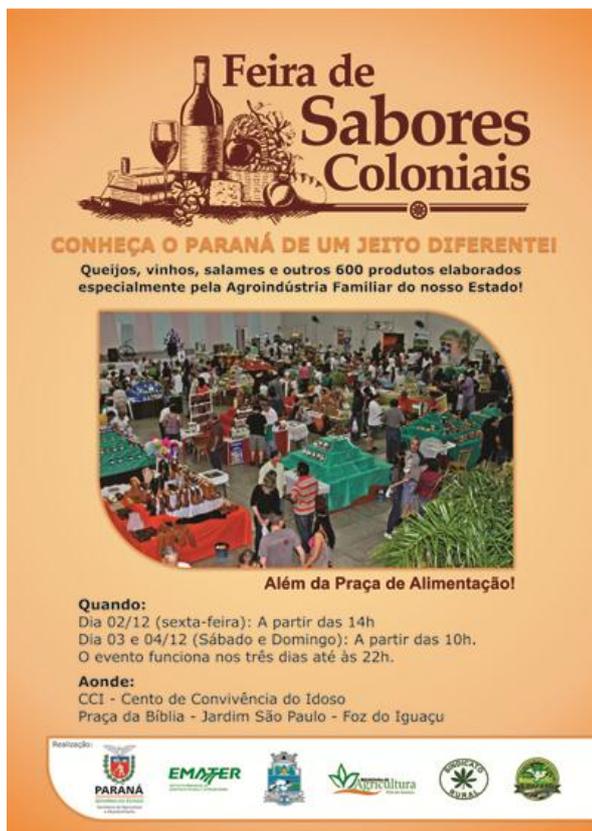


Figura 53 - Folder da Feira dos Sabores Coloniais  
Fonte: Secretaria da Agricultura, 2013

Importantes são os cursos de qualificação profissional desenvolvidos através de várias entidades afins, com o objetivo de melhor apresentação e comercialização dos produtos em Foz do Iguaçu e região, o que pode ser exemplificado no oeste do Paraná, através da participação de sessenta agroindústrias, que preocupadas com a melhoria de seus produtos e processos produtivos, iniciaram as capacitações do Programa de Implantação de Boas Práticas de Fabricação em Agroindústrias, do Sebrae/PR.

Boa parte da produção de pequenas agroindústrias é destinada à merenda escolar dentro dos municípios. Além disso, os produtores familiares tendem a vender os produtos caseiros de porta em porta, nas feiras e em mini-mercados. A qualidade, mesmo em pequena escala de produção, é essencial para garantir uma alimentação saudável ao consumidor e, em consequência, ajuda a manter a indústria familiar no mercado (E.D., consultor do Sebrae, 2013).

Minha produção de bolachas, pães, cucas e bolos ficou ainda melhor com o Programa, passei a me preocupar mais com o ambiente de produção, com a organização do meu negócio, as

diferenças e importância da higienização e limpeza. O interessante é que são detalhes que podemos melhorar dia após dia, ajustes pequenos que fazem, inclusive, o nosso tempo render mais (M.M.C., 2013).

O foco de atuação do Programa é específico às agroindústrias de pequeno porte e, por conta disso, foi possível chegar a resultados positivos. O Programa é composto por cinco treinamentos coletivos e sete consultorias individuais em cada agroindústria participante. Dessa forma, foi possível orientá-los com a teoria, confrontar e sugerir melhorias com base no que estava sendo feito na prática, pelos produtores (E.D., consultor do Sebrae, 2013).

Outras iniciativas para o fortalecimento do TBC têm sido desenvolvidas, como por exemplo, o evento científico criado e operacionalizado para discussões do tema em questão. Em parceria com o orientador deste trabalho, o Professor Dr. Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira, realizou-se o I Colóquio Turismo e Comunidades: Estratégias de Inclusão Socioeconômica, avanços e desafios, entre os dias 12 a 14 de maio de 2011 em Foz do Iguaçu, em parceria com o Ministério do Turismo, Agência Brasileira de Inovação (FINEP), Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares - ITCP (UFPR), Universidade Federal do Paraná, através do Curso de Pós-Graduação em Geografia, Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu, Instituto Polo Iguassu, Polo Tecnológico de Itaipu, Universidade do Oeste do Paraná, UNIOESTE, Rede Solidária Agroecológica e E-TUR-PR – Turismo e Economia Solidária no Paraná, com o objetivo de colaborar com informações sobre o tema. O Colóquio foi um sucesso, o que culminou em sua segunda edição, realizado em Foz do Iguaçu, e a terceira edição em Matinhos, no Litoral do Paraná.

Na sequência, apresentam-se fragmentos da fala de Adriana de Andrade, Presidente do Itepa, a respeito do resultado do I Colóquio:

O colóquio trouxe o intuito de olhar não somente o lado financeiro, mas também o que o turismo poderá agregar, focar o aspecto social, apresentar o espaço para a sociedade, tendo em vista que o conhecimento é pela mídia, através das ações que a mídia apresenta do movimento. Nessa perspectiva, começaram, em 2009, algumas discussões, e agora, a partir do I Colóquio, permaneceu, vai trazendo elementos que não olham somente para nosso lado, mas que vêm até nós, isso faz com que nos organizemos para isso, se caracterizando, posicionando, trazendo vários elementos do que precisa ser feito no assentamento para

melhorar seus aposentos, a alimentação, organizar a visita, criar outros atrativos como as trilhas ecológicas, um roteiro, o que constantemente estamos sentando e fazendo. A partir do momento que esse espaço se estrutura para o turismo, organiza-se para o assentamento, é duas vias. Dentro desse processo o turismo é uma atividade que educa, conscientiza e incrementa a renda local (economia criativa através de toda a diversidade existente, fortaleza, riqueza).

O colóquio contou com a participação das entidades e propriedades que fazem parte do Circuito de Turismo Rural de Foz do Iguaçu, foi um momento propício para visita técnica nessas comunidades como atividade prática do evento, provocando os participantes do circuito a se organizarem de forma integrada para a oferta do serviço, focando as formas de relacionamento dos agricultores com a cadeia produtiva do turismo, desde o fornecimento de produtos *in natura* e/ou transformados, até a abertura da propriedade para visita, possibilitando outros tipos de produtos, lazer e entretenimento rurais e serviços, hospedagem, gastronomia típica, passeios, trilhas, transporte rural, as vivência do cotidiano e do trabalho do homem do campo.

Os desafios do empreendimento, no que se refere ao TBC, concentram-se na necessidade de melhoria em sua infraestrutura para poderem receber os visitantes e também em programas de divulgação dos atrativos, para aumentar o fluxo dos mesmos. No que se refere aos órgãos públicos está centrado na melhoria das estradas de acesso dos estabelecimentos, tendo em vista que em época de chuva se torna impossível o acesso, assim como a sinalização, atualmente inexistente ou inadequada, dificultando chegar nos estabelecimentos, assim como a sinalização rodoviária na região e nos atrativos.

Há necessidade de apoio no que se refere ao transporte para deslocamento dos artesanatos e produções locais para exporem e comercializarem os produtos nas feiras locais e regionais. É necessário propiciar trocas de experiências entre os participantes, para conhecerem e ver como funcionam outros circuitos similares. Precisa-se criar estratégias para trazer mais clientes, faz tempo que se discute em reuniões, porém, não tem tido grandes resultados. Precisa-se de incentivos, ampliar as instalações, ferramentas, melhorar a qualidade dos produtos, diversificar e manter a linha de produtos rústicos.

No que se refere às normas de apoio, crédito e fomento ao turismo rural e agricultura familiar, os empreendedores conhecem e têm utilizado o Programa Pronaf, que foi apresentado pela Emater, os quais utilizaram para compras de veículos para o transporte de mercadorias para feira e compra de máquinas. Também conhecem o Sistema Sicred. Vários estabelecimentos possuem alvará que os permite expor seus produtos em Associações como a Aprofoz.

Quando questionados sobre o apoio do poder público municipal ou estadual em relação ao turismo, como cursos de capacitação e qualificação profissional, oficinas, palestras, entre outros, afirmaram receber apoio e terem participado dessas oportunidades geradas com o intuito de aprender sobre o segmento, no entanto, os reflexos de melhorias se mostram poucos significativos, desarticulados e frágeis em relação ao desenvolvimento do turismo, dependência de gestores externos, o que evidencia a ausência de ações governamentais. Cita-se, como exemplo, o Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Paraná, que até o momento não fez nenhuma inserção de TBC em suas políticas públicas, o mesmo acontece com o município de Foz do Iguaçu, que possui outras prioridades e nesse momento não possui intenção de investir em projetos de TBC, somente ocorre ações isoladas de algumas instituições públicas e privadas.

Ao município e região cabe o papel de definição e elaboração de estratégias a serem priorizadas para o desenvolvimento do turismo, visando as vertentes ambiental, cultural, social e econômica, identificando as oportunidades e riscos para cada território na formatação de produtos turísticos competitivos e que propiciem o desenvolvimento das comunidades de acordo com as expectativas de mercado.

Diante do panorama apresentado, compreende-se que Foz do Iguaçu e região não estão articulados para possibilitar uma experiência de turismo de base comunitária, muitos entraves ainda precisam ser superados, como a falta de organização comunitária e um processo de gestão concentrador, embora algumas experiências tenham caminhado para uma proposta de TBC, mas, muitas vezes, dependendo de um agente externo que se mostra parceiro dessas experiências,

ajudando na estruturação de produtos e serviços oferecido pela comunidade aos visitantes. O que ocorre são algumas iniciativas isoladas e iniciais, que buscam encontrar no turismo fonte de renda complementar às suas atividades cotidianas. O que nos leva ao questionamento no âmbito acadêmico de um novo conceito que consiga contemplar essas práticas realizadas.

### **3.5 Visão dos líderes de entidades e associações relacionadas com o Turismo de Base Comunitária**

Atualmente, as Instituições que estão à frente de iniciativas de Turismo de Base Comunitária no território estudado estão localizadas somente em Foz do Iguaçu, e embora com direcionamentos diferentes, todas com o mesmo objetivo de auxiliar, desenvolver e fomentar a Cadeia Produtiva do Turismo, através de práticas de agricultores/empreendedores, que buscam sustentabilidade através da atividade turística, como é o caso do Instituto Polo Iguassu, que atua no projeto de Fortalecimento do Turismo Sustentável e de Base Comunitária, apoiado pelo Mtur, e que tem como principal objetivo a comercialização da oferta turística. Outra referência é o ITCP/PR que desenvolve um projeto denominado Economia Solidária e Turismo no estado do Paraná – ETUR- PR a convite do Ministério do Turismo e da FINEP. Esse projeto é desenvolvido em conjunto com instituições parceiras de Foz do Iguaçu, das quais podemos destacar a UNIOESTE, através da incubadora INDIOS, que é fruto da ação desse projeto.

A Associação de Artesanato - VEMSER está inserida na Cadeia Produtiva do TBC, fornecendo produtos para utilização nos empreendimentos e para o comércio direto ao turista, participando das reuniões da ECOSOL em Foz do Iguaçu e nos encontros de formação do Estado, em parceria com o Projeto Trinacional de Artesanato, o Nãndeva, que envolve um grupo de artesãos que participaram na criação de um artesanato específico, na busca da identidade local.

As iniciativas seguem formatos diferentes, dependendo de seu foco, com a realização de visitas, iniciativas de artesanato, desenvolvimento de

produtos complementares à atividade turística, ou como apoiadores ao fornecimento de produtos ou serviços para as organizações da cadeia produtiva, através de assessoria aos empreendimentos.

Como maiores benefícios provenientes de iniciativas de economia solidária ou TBC no município de Foz do Iguaçu, pode-se citar a contribuição para a inserção da comunidade no planejamento e gestão do turismo, fornecendo produtos e serviços para os participantes da cadeia produtiva, atuando com públicos que hoje não encontram locais que contenham a sua identidade, descentralizando o poder financeiro, possibilitando assim a distribuição de renda de forma mais igualitária.

Para um melhor desempenho e atuação, as Empresas de Auto-Gestão, deveriam, na concepção das instituições, fomentar a visão de negócio que atualmente é uma debilidade, ser autônomas e democráticas, autogestionárias, conduzidas de forma independente por seus próprios integrantes, trabalhando em parceria com a comunidade local e outros empreendimentos de TBC.

Cada instituição desempenha seu papel no desenvolvimento do TBC, como exemplo do IPI, que trabalha objetivando fomentar o empoderamento, autogestão e comercialização das iniciativas de TBC, fomentando o desenvolvimento da atividade como uma renda complementar, atuando na difusão do conhecimento sobre o tema, a ITCP/PR e INDIOS, que auxiliam a organização dos estabelecimentos no que se refere aos princípios da economia solidária, bem como na sua colocação no mercado, como exemplo, o Circuito de Turismo Rural de Foz do Iguaçu. A VEMSER produz artigos para comercialização e o Programa de Artesanato Nãndeva, que contribui para que haja uma comercialização dos produtos com um preço justo, para que ocorra distribuição de renda para todos.

Quanto as ações desenvolvidas pelas instituições, o IPI tem realizado junto aos participantes oficinas de hospitalidade, formatação de produtos, incentivo a participação em feiras, viagens a destinos de TBC. O ITCP/PR tem apoiado na identificação, formação e organização de empreendimentos, extensão; sistematização de experiências, pesquisa, compartilhando

conhecimento e experiências e ensino. A INDIOS, através de diagnóstico, formação, consultoria para formação de grupamentos, extensão universitária, produção de pesquisas científicas e sistematização de documentos, troca e sistematização de conhecimentos e aproximação da comunidade. A VEMSER coloca em ação os ideais da ECOSOL, como educação popular solidária, autogestão e o Programa Nãndeva auxilia para que os produtos sejam comercializados com um preço justo tanto para o cliente final, quanto para os artesãos.

Embora alguns desafios referentes ao TBC sejam apresentados pelas Instituições, tendo em vista que o TBC é um tema relativamente novo no Brasil e, portanto, não há muita informação sistematizada, como a sustentabilidade das iniciativas e a comercialização, acreditam nessa nova alternativa de Turismo, pois o TBC encontra seu espaço na esfera distributiva do turismo, permitindo que a renda gerada pela atividade chegue a um número maior de pessoas, possibilitando a participação ativa das comunidades, inserindo-se na Cadeia Produtiva do Turismo. Em muitos lugares está sendo trabalhado como um modelo de gestão e tem demonstrado seu potencial, despertando uma atitude mais pró-ativa dos envolvidos.

No que se refere às normas de apoio, crédito e fomento ao TBC, o Ministério do Turismo e muitas empresas têm apoiado essas iniciativas através da seleção e financiamento de projetos sobre o tema, porém ainda são poucos e tímidos, falta incentivo e mais políticas públicas nesse setor. Embora direcionando suas ações para o TBC, as Instituições não possuem em suas estruturas organizacionais um setor destinado ao TBC, somente a ITCP/PR e INDIOS, que são incubadoras dos projetos que trabalham com essa temática.

## CONCLUSÕES

Uma inusitada perspectiva está apontada para o fortalecimento do turismo na região, de Foz do Iguaçu, o turismo de base comunitária, em oposição ao convencional. O governo do destino Foz do Iguaçu ainda não promove a atividade das comunidades. As ações de turismo de base local tem sido realizada na região e integra a conservação ambiental, a valorização da diversidade cultural e a participação direta das pessoas.

Ao se pensar em desenvolvimento, é necessário respeitar a cultura das comunidades, que têm na tradição família, valores, modo de ser e agir a sua identidade. Se não forem respeitados e valorizados esses atributos, certamente irão se perder, perdendo-se também a possibilidade de serem criados círculos virtuosos com outras dimensões do desenvolvimento. Dessa forma, os profissionais que estão à frente dos destinos turísticos desenvolvem ações que promovem o desenvolvimento da localidade, com base no turismo sustentado, considerando o turismo solidário, comunitário, ecoturismo e outros segmentos que priorizem a preservação natural e ambiental.

Há uma crescente demanda de turistas que buscam praticar a atividade turística de modo que esta permita uma vivência maior com o meio ambiente natural e cultural, que seja mais participativa no modo de vida das populações dos lugares visitados e que não seja uma experiência apenas contemplativa e isso ocorre em Foz do Iguaçu. Experiência que proporcionam vivências comunitárias como ofertadas no turismo de base comunitária. Neste contexto, empresas de turismo e profissionais da área têm se especializado neste segmento, de modo a oferecer produtos específicos para um público crescente e ávido por viver experiências durante o seu tempo de lazer.

Oportunidades para ajudar às comunidades a configurar-se de maneira mais humana, equitativa e competitiva em um mercado turístico cada vez mais globalizado e excludente. Nesse contexto, o turismo em comunidades é considerado alternativa para a solução de problemas de desemprego, pobreza e falta de oportunidades gerados no modelo tradicional de turismo, ou seja, do

modelo baseado só no mercado, calcado exclusivamente no enfoque econômico, que não leva em conta o desenvolvimento humano e a inclusão social.

O fortalecimento de um destino turístico está diretamente relacionado à sustentabilidade das ações. O reconhecimento das potencialidades locais, o planejamento estratégico das ações, assim como a participação da sociedade civil. A compatibilização de informações entre parceiros, comunidade e atores envolvidos, sejam eles locais, regionais, nacionais ou estrangeiros. As comunidades receptoras não usufruem do crescimento do turismo convencional, visto que poucos benefícios são efetivamente comprometidos com o desenvolvimento local, e apenas uma pequena parcela é beneficiada.

O turismo de Foz do Iguaçu, que do ponto de vista econômico e mercadológico, é sucesso de venda no mercado nacional e internacional, apresenta como destino turístico consolidado, indutor, o principal da América do Sul, sendo o segundo do Brasil que mais atrai turistas internacionais e está entre os cinco destinos mais procurados pelos turistas nacionais. Destaca-se por possuir natureza, panorama de riqueza natural, infraestruturas e serviços de qualidade e uma localização privilegiada na Tríplice Fronteira com Argentina e Paraguai. Mas, apresenta sérios problemas socioeconômicos por possuir uma população excluída do processo em desenvolvimento.

A realidade turística de Foz do Iguaçu, com potencial e cenário de oportunidades, não reduz o abismo existente entre empreendimentos turísticos, trade e comunidade tradicionais ou nativas.

É possível atuar no município com a finalidade de incentivo e auxílio aos empreendimentos rurais de Foz do Iguaçu e região, sensibilizando para o envolvimento na construção coletiva de um turismo de base comunitária, de forma a superar o turismo focado apenas na arrecadação econômica. O que vem de encontro às exigências dos consumidores que buscam destinos turísticos cada vez mais limpos, seguros, que se preocupam e cuidam do meio ambiente, dos aspectos culturais e sociais, buscando uma gestão turística sustentável, responsabilidade essa tanto da iniciativa privada quanto dos órgãos públicos, que também devem se preocupar com o cumprimento das regras estabelecidas por todos os agentes participantes no desenvolvimento e gestão do turismo.

Para tanto, devemos adaptar o desenvolvimento turístico às aspirações e objetivos da comunidade, tomando sempre como referência os valores, ideais e estruturas sociais e econômicas prévias da mesma.

Retomando os objetivos propostos nesse estudo, de analisar as políticas de TBC e suas práticas em Foz do Iguaçu e região, compreendendo sua atuação referente às demandas sócio-espaciais provenientes do processo de inclusão social, sua repercussão, assimilação e articulação dos diferentes atores sociais, é que desenvolvemos, essas considerações finais.

A construção teórica baseou-se principalmente na discussão comunitária, portanto, ao deparar-se com o objeto de pesquisa percebeu-se não se casa muito com a região. O TBC continua sendo importante onde tem situações de baixa renda, o que não é o caso do objeto de estudo que pertence a um território de grande riqueza econômica, com muito potencial para exploração de um turismo de caráter rural, baseado em cooperativa, associativismo, e que nem sempre vão estar associado ao TBC, mas ao turismo rural, onde nasceu o conceito, como exemplo as cooperativas Lar, Coamo, Frimesa, direcionadas ao mercantilismo e não ao desenvolvimento local.

Foz do Iguaçu deve realizar ações sociais através do turismo, deve ser mais inclusivo, tendo em vista que o turismo é feito de pessoas, tanto do local que recebe, quanto de que viaja, é um conjunto que engloba os setores públicos e privados, trade, donos dos empreendimentos turísticos, os gestores. O PNI possui uma política de inserção da comunidade local, dentre eles o passe livre, ofertando tarifa especial para moradores de entorno ao PNI, isenta grupos escolares, instituições filantrópicas, possibilitando a visita ao parque. Na Hidrelétrica de Itaipu, durante um domingo por mês, a entrada é gratuita para a população de entorno, possibilitando visita aos seus atrativos turísticos, a mesma estratégia é adotada pelo Parque das Aves, que utiliza um domingo por mês para gratuidade de acesso ao parque, divididos entre os bairros da cidade. Esses exemplos talvez não ocorram da forma mais correta, mas são iniciativas de turismo solidário do ponto de vista da demanda. Do ponto de vista da oferta, uma sugestão é o governo subsidiar os empreendimentos para ofertar aos turistas algumas facilidades, o que atualmente é inexistente.

Respondendo a hipótese levantada no início do trabalho, o turismo pode ser considerado como um elo para redefinição e produção de renda, geração de empregos, alternativa de trabalho para trabalhadores informais, assim como para o fortalecimento de pequenos empreendimentos, preservando a cultura e ambiente local, a partir do fomento às práticas de economia solidária na cadeia produtiva do turismo, sendo mais efetiva a partir de iniciativas dos produtores locais e não exclusivamente do poder público.

O espaço rural se caracteriza por atividades agrícolas e não agrícolas, como os produtos e serviços relacionados ao turismo, ao comércio, fruto do estímulo de incentivo e oportunidades de políticas públicas visando o desenvolvimento local, por meio de alternativas de renda e emprego no espaço rural em Foz do Iguaçu. É relevante mostrar que as políticas públicas e suas práticas são importantes na organização econômica e social desse território, porém não de forma isolada, mas sim com a ativa participação dos sujeitos sociais locais e regionais.

Esse trabalho constitui-se um assunto inédito, até o momento não foi realizado um estudo dessa abrangência em Foz do Iguaçu e região de entorno, identificou-se na busca bibliográfica que nenhum estudo com os mesmos objetivos foi realizado. Através dessa tese mapeou-se o turismo no território de Foz do Iguaçu e entorno, além de dar visibilidade para o poder público e o mercado a um determinado grupo social, apresentou-se um novo “movimento”, novas iniciativas de turismo que se contrapõem ao modelo atual de turismo desse território, grupos sociais que estão vendo a oportunidade de se inserir no “mercado” turístico da região. Apresentou-se grupos que foram excluídos de seus territórios tradicionais, com a construção da Usina Hidrelétrica de Itaipu que hoje ganha dinheiro com turismo, esses grupos antes excluídos de seu território tradicional, hoje tentam se incluir no território turístico.

Esse estudo não se encerra aqui. Alguns desdobramentos podem e devem ser levados adiante por este autor ou outros pesquisadores que se interessarem pelos assuntos pertinentes ao Turismo, Inclusão Social e Desenvolvimento Territorial. Um desdobramento inicial seria trabalhar na busca da efetiva solução proposta nessa pesquisa, através de uma articulação política e

institucional junto as comunidades locais envolvidas com as iniciativas de TBC, além de inúmeras outras pesquisas de cunho teórico ou aplicadas junto a essas iniciativas de forma a instigar novos estudos que contribuam para a discussão da temática.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, M. Tornar real o Possível. **A Formação do Ser Humano integral: Economia Solidária, desenvolvimento e o futuro do trabalho**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

AZEVEDO, J (Orgs). **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002, p. 47-68.

BAECHLER, J. **Grupos e Sociabilidade** In: Boudon, Raymond et al. Tratado de Sociologia. Rio de Janeiro. Zahar, 1995.

BAHL, Miguel. **Viagens e Roteiros Turísticos**. Prottexto: Curitiba, 2004.

BANCO DO NORDESTE. Disponível em <http://www.banconordeste.gov.br/prodetur>. Acesso em 15 de julho de 2011.

BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BAUDRIHAYE, Jaime-Axel Ruiz. **El turismo Cultural: luces y sombras**. Madrid: Instituto de Turismo de España-Turespaña, Estudios turísticos, 1997.

BECKER, Bertha. Prefácio. In ALBERTIN, Catherine et al (Orgs.). **Fronteiras**. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Paris: Orstom, 1988. 250 p.

BENEVIDES. **Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local**. In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.). Turismo e Desenvolvimento Local. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 23-41. 172.

BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006. 200p. (Série Turismo).

BIESEK, A.S. **A Importância do Planejamento para o Desenvolvimento da Economia Solidária.** In: II Congresso Internacional de Sustentabilidade: Agronomia, Engenharia Ambiental e Turismo, 2010. Foz do Iguaçu. Anais: II Congresso Internacional de Sustentabilidade: Agronomia, Engenharia Ambiental e Turismo.

BLAKE, A. , ARBACHE, J., TELES, V. E SINCLAIR, T. 2004. **Tourism and Poverty in Brazil**, Fórum Mundial de Turismo para a Paz e Desenvolvimento Sustentável, Rio de Janeiro, novembro. Disponível em: <[www.unb.br/cet](http://www.unb.br/cet)>.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico.** Trad. Josely Vianna Batista. Bauru: EDUSC, 2002.

BOURDIEU. Pierre. **Le sans pratique.** Paris: Minuit, 1980.

\_\_\_\_\_. **Questões de Sociologia.** Rio de Janeiro, 1986.

BRAGA, R. **Política urbana e gestão ambiental: considerações sobre o plano diretor e o zoneamento urbano.** CARVALHO, P.F & BRAGA, R (orgs). In: Perspectivas de Gestão Ambiental em cidades médias. Rio Claro: Unesp. IGCE – Deplan, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: roteiros do Brasil – diretrizes operacionais.** Brasília, 2005.

\_\_\_\_\_. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão.** Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Dinâmica e Diversidade do Turismo de Base Comunitária: desafio para a formulação de política pública.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BURSZTYN, I. **Desatando um nó na Rede: Sobre um Projeto de Facilitação do Comércio Direto do TBC na Amazônia.** Tese de Doutorado. COPPE, Universidade do Rio de Janeiro, 2012.

BUTTIMER, A. **Apreendendo o dinamismo do mundo vivido.** In: Christofletti, A. As perspectivas da geografia. São Paulo: DIFEL, 1982. p. 165-193.

CAMMARATA, E. B. **El turismo en Misiones en el espacio transfronterizo con Paraguay Brasil. Situación actual, formas de integración y desarrollo desde una perspectiva geográfica.** Tesis de doctor en Ciencias Geográficas. Universidad de La Habana. Ministerio de Educación Superior. Cuba, febrero, 2001.

CANCLINI, N. G. Culturas Híbridas: **Estratégias Para Entrar e Sair da Modernidade.** 4 ed. São Paulo: Edusp, 2006.

CAPETTINI, S.M. **Educación Física Intercultural: Apuntes para una construcción teórica y práctica.** Edición La Autora Neuquén, Argentina, 2011.

CARESTIATO, Andréa. **Educação ambiental como estratégia de desenvolvimento local: um estudo de caso.** Dissertação de Mestrado, Programa EICOS/IP/UFRJ, Rio de Janeiro, 2000.

CARVALHO, C. L. **Turismo rural, alternativa de desenvolvimento sustentado.** In: Revista de Turismo Rural, n. 3, pp. 06-11, 1999.

CASTELLS, M. **A sociedade em Rede:** Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 1999.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; ARAÚJO, A. N. M; VASCONCELOS, F. P. et alii. **Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário: atores e cenários em mudança.** Fortaleza: EDUECE, 2009. 307 p.

- \_\_\_\_\_. VASCONCELOS, F.P. (Orgs.). **O Turismo e a Relação Sociedade-Natureza: realidades, conflitos e resistências**. Fortaleza: EdUECE, 2007. 440 p
- \_\_\_\_\_. **O Turismo nos Discursos, nas Políticas e no Combate à Pobreza**. São Paulo: Anablumme, 2006. 238 p.
- \_\_\_\_\_. SILVA, S. B. M. **Turismo e Geografia: Abordagens Críticas**. Fortaleza: Editora da UECE - EDUECE, 2005. 173 p.
- \_\_\_\_\_. (Org.). **O Turismo de Inclusão e o Desenvolvimento Local**. Fortaleza: FUNECE, 2003a. 338 p.
- \_\_\_\_\_. LIMA, L. C. (Org.). **Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003b. 366 p.
- \_\_\_\_\_. 2 ed. **Do local ao Global: o turismo litorâneo cearense**. Campinas: Papirus, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Do Local ao Global: o turismo litorâneo cearense**. Fortaleza: Papirus, 1998. 142
- \_\_\_\_\_. LIMA, L. C. ; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). **II Encontro Nacional de Turismo com Base Local**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998c. 183 p.
- CORRÊA, R. L. **Região e Organização Espacial**. 5<sup>a</sup> Ed. Ática, Série Princípios. São Paulo: 1995.
- \_\_\_\_\_. **Repensando a Teoria das Localidades Centrais**. In SANTOS, Milton. *Novos Rumos da Geografia Brasileira*. Hucitec. São Paulo, 1997.
- \_\_\_\_\_. **O Sudoeste paranaense antes da colonização**. In: CORRÊA, Roberto Lobato. *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 237-260. Paulo.

CRUZ, R. C. A. **Turismo, Produção do Espaço e Desenvolvimento Desigual**. In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 92-107.

CURY, M.J.F. (2010): “**Territorialidades Transfronteiriças dos Iguassu (TTI): Interconexões, Interdependências e Interpenetrações nas cidades da Tríplice Fronteira – Foz do Iguaçu (BR), Ciudad del Este (PY) e Puerto Iguazú (AR)**”. Tese de Doutorado em Geografia – UFPR.

DAGNINO, E. “**¿Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?**” En Daniel Mato (coord.), *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, 2004, pp. 95-110.

DEL GROSSI, M. E.; SILVA, J. Graziano da. “**A Pluriatividade na Agropecuária Brasileira em 1995**”. In: Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural. n. 36, v. 2. Poços de Caldas: Sober, 1998, p. 635-645.

DENCKER, A. F. M. (org), **Planejamento e Gestão em turismo e hospitalidade**, São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 5. ed. São Paulo: Futura, 2001

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo, Atlas, 2003. 226 p.

DINIZ FILHO, Luiz Lopes. e VICENTINI, Yara. **Teorias espaciais contemporâneas: o conceito de competitividade sistêmica e o paradigma da**

**sustentabilidade ambiental.** Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente, nº 9, p.107-116.Ed.UFPR. Curitiba. Jan-jun-2004.

DOLFUS, O. **Análise Geográfica.** São Paulo: Difel 1972.

EMBRATUR. **Diretrizes do Programa Nacional de Municipalização do Turismo.** Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), Brasília, 31 pgs, 1997.

EMBRATUR: **Estudo da Demanda Turística Internacional.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>, 2011.

FOZ DO IGUAÇU. Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu. Disponível em: <http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br>. Acesso em 15 de julho de 2011.

FUKUYAMA, F. 1995. ***Trust the social virtues and the creation of prosperity.*** New York: Free Press.

FURTADO, C. **O Mito do desenvolvimento econômico.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GAIGER, Pedro. **Des-territorialização e espacialidade.** In: SANTOS, Milton (et all.). Território, globalização, fragmentação. São Paulo: Hucitec, 1994.

GAIGER, Luiz Inácio (Org.). **Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil.** Porto Alegre: UFRGS, 2004. 417p.

GAROFOLI, G. ***Desarrollo económico, organización de la producción y territorio.*** In: VASQUEZ – BARQUERO, A; GAROFOLI (org). Desarrollo económico local em Europa – Colégio de Economistas de Madrid. Madrid, 1995, cap. 10.

GIDDENS, A. **A Constituição da Sociedade.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

GODBOUT, J. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

GODELIER, M. **L'idéal et le materiel**. Paris: Maspero, 1984.

GONÇALVES, A. **Entre o transnacionalismo e a realocização: estratégias de integração de imigrantes brasileiros na Espanha**. IX Colóquio Internacional de Geocrítica. Porto Alegre, 2007. disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/9porto/amanda.htm>. acesso em agosto de 2007.

GOODWIN, H, SANTILLI, R. **Community-Based Tourism: a success?** ICRT Occasional. Paper 11. 2009. [on line] [Acessado em 4 agosto de 2011]. Disponível em: <<http://www.icrtourism.org/documents/OP11merged.pdf>>.

GORZ, A. **Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica**. São Paulo, Annablume, 2003.

GRANOVETTER, M; SWEDBERG, R. **The Sociology of Economic Life**. Cambridge: Westview, 2001.

GUAIRÁ. Lei Municipal n.º 01, de 02 de janeiro de 2008. **Plano Diretor de Guairá**.

GUATTARI, F. e ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUERRIER, Y; ROBERTSON, M. **Eventos como vitrines empresariais – Sevilha, Barcelona e Madrid**. In: GUERRIER, Yvonne, ROBERTSON, Martin e TYLER, Duncan (Org.). **Gestão de Turismo Municipal. Teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos**. Tradução Gleice Regina Guerra. São Paulo: Futura 2001, p. 290-308.

GUIMARÃES, S. T. L. **Ecoturismo: percepção, valores e conservação da paisagem**. Cadernos de Geografia. PUC - Belo Horizonte, MG. 1998.

GUIMARÃES, Roberto P. **La sostenibilidad del desarrollo entre Rio-92 y Johannesburgo 2002: eramos felices y no sabemos**. Ambiente e Sociedade, Campinas: UNICAMP/Núcleo de Estudos e Pesquisas Ambientais, Ano IV, n. 9, p. 5-24, 2º sem. 2001.

HAESBAERT, R. **O Mito da Desterritorialização: “do fim dos territórios” à multiterritorialidade**. 2ª Ed. Bertrand Brasil. Rio de Janeiro. 2006.

\_\_\_\_\_. **Concepções de Território para entender a desterritorialização**. In: SANTOS, M. et al, 2002.

\_\_\_\_\_. **Região, diversidade regional e globalização**. GEOgraphia, Niterói: UFF/Pós-Graduação em Geografia, v. 1, n. 1, p. 15-39, jun.1999.

HILL, T.; NEL, E.; TROTTER, D. Small-Scale, **Nature Based Tourism as a Pro-Poor Development Intervention: two examples in Kwazulu-Natal, South Africa**. Singapore Journal of Tropical Geography, n. 27, 2006, p. 163-175.

HISSA, C. E. V.; LOBO, Carlos Fernando F. **Planejamento urbano, política e democracia**. In: Caderno Geografia, Belo Horizonte, v.9, nº 12, p. 5-14, fev. 1999.

IASKIO, E. L. S. **O que é economia solidária?** In:BERGONSI, S. S. S. e LACERDA, G. B. de (orgs.). **Cooperativismo, Economia Solidária e Inclusão Social: Métodos e Abordagens**. Curitiba: PROEC, p. 49-66, 2007.

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis. Disponível em: <http://www.ibama.gov.br> Acesso desde maio de 2013.

IBGE.(2012). **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em<[[http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default\\_2012.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default_2012.shtm)], acessado em 15 de agosto de 2012.

ICOMOS. REVISTA DO ICOMOS – BRASIL 2000. **Monumentos brasileiros no patrimônio mundial**. Salvador, 2000. 321p.

IPARDES. **Os vários Paranás: identificação de espacialidades socioeconômicas-institucionais como subsídios a políticas de desenvolvimento regional**. Curitiba, 2006.

IRVING, M. A. **Reinventando a Reflexão Sobre o Turismo de Base Comunitária: inovar é possível?** In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 108-121.

\_\_\_\_\_. **Turismo Como Instrumento para o Desenvolvimento Local: entre a potencialidade e a utopia**. In: NETO, M. I. D.; PEDRO, R. M. L. R. (Orgs.). **Tecendo o desenvolvimento: saberes, gênero, ecologia social**. Rio de Janeiro: MAUAD; Bapera Editora, 2003. (Coleção EICOS – Estudos Interdisciplinares de Comunidades e Ecologia Social).

\_\_\_\_\_. RODRIGUES, C.G.O; NEVES FILHO, N.C. **Construindo um modelo de planejamento turístico de base comunitária – Um estudo de caso**. In: **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. IRVING, M. A.; AZEVEDO, Julia. São Paulo: Futura, 2002. p. 93-112.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. 235 p.

LASHLEY, C. MORRISON, A. (Orgs) **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.

LOPES, R. **O Mundo Construído**. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2001.

MALDONADO, C. **O Turismo Rural Comunitário na América Latina**. In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 369-501.

MANCE, E. A. **A Revolução das Redes**. Petrópolis. Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual**. Petrópolis: Vozes, 1999.

MENDONÇA, T. C. **Que paraíso é esse?: a turismização da Ilha Grande**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro. UERJ/IFCH/PPCIS, 2010.

\_\_\_\_\_. **Turismo e participação comunitária: “Prainha do Canto Verde, a ‘canoa’ que não quebrou e a ‘fonte’ que não secou?”**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: EICOS/UFRJ, 2004.

MENEZES, Ulpiano B. **Os "usos culturais" da cultura**. In: **Turismo, espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.

MIELKE, E. J. C. **Desenvolvimento Turístico de Base Comunitária**. Campinas-SP: Editora Alínea, 2009.

MITCHELL, J.; MUCKOSY, P. **A Misguided Quest: community-based tourism in Latin America**. ODI Opinion, n. 102, Londres, 2008.

MITRAUD, S. (Org.). **Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável**. Brasília: WWF Brasil, 2003. 470p.

MINISTÉRIO DO TURISMO, **Turismo no Brasil: 2007 – 2010**. Brasília, DF, Conselho Nacional de Turismo, junho de 2006.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO e MINISTÉRIO DO TURISMO, **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**. Brasília, DF, Secretaria de Agricultura Familiar e secretaria Nacional de Políticas de Turismo, setembro de 2004.

MOLLO, M. de. L.R. **A articulação entre estado economia: Uma contribuição ao debate sobre a modernização do Estado**. Carta de Conjuntura, Brasília, v. 1, n. 23, 1990.

MONTENEGRO, S.; BÉLIVEAU, V. G. **La Tríplice Frontera: Globalización y construcción social del espacio**. Mino y Dávila. Buenos Aires, 2006.

MOSCARDO, G (Ed.). **Building Community Capacity for Tourism Development**. Wallingford: CABI, 2008.

MURPHY, P. E. **Tourism: A community approach**. New York: Methuen, 1985.

NAISBITT, J. **Paradoxo global**. Rio de Janeiro: Campus, 1994. p.115.

NERI, M. C. E GIOVANINI, F. da S. **Negócios nãnicos, garantias e acesso ao crédito**. Revista de Economia Contemporânea, Rio de Janeiro, 9 (3): 643-669, set/dez, 2005.

OLIVEIRA, A. U. **O campo brasileiro no final dos anos 80**: In: Stédile, João Pedro (org). A questão Agrária hoje. Porto Alegre. Editora UFRS, 2012.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **El turismo internacional frente al deterioro de la economía en el mundo**. Madrid: 2009.

OMT. **Declaração de Quebec sobre Ecoturismo**. Maio, 2002. World Ecotourism Summit. Disponível em: <http://www.ecotourism2002.org/espagnol/quebec-esp.pdf>  
Acesso em: 21/agosto/2002.

OMT. *Organización Mundial del Turismo*. **Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestion Municipal**. Edición para América Latina y El Caribe. Madrid, España, 1999.

PARENT S.; KLEIN, J; JOLIN, L. **Le Développement Communautaire Local et le Tourisme Communautaire: une analyse conceptuelle comparative**. *Revue Interdisciplinaire des Sciences Humaines et Sociales* (ESSACHESS). Vol 2, No 4(2009), p. 57-71. Disponível em <<http://www.essachess.com/index.php/jcs/issue/view/4/showToc>>.

PDITS. **Plano de Desenvolvimento integrado do Turismo Sustentável**. Polo Turístico de Foz do Iguaçu. Foz do Iguaçu, 2011.

\_\_\_\_\_. **Plano de Desenvolvimento integrado do Turismo Sustentável**. Polo Turístico de Foz do Iguaçu. Foz do Iguaçu, 2012.

PINHO. D.B. **O cooperativismo de crédito no Brasil**. São Paulo: Confedbrás, 2004

PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano**. Disponível em: [www.pnud.org.br/atlas](http://www.pnud.org.br/atlas). Acesso em: 23 abr 2008.

PNUD. **Relatório do Desenvolvimento Humano – 2002**. Lisboa, 2002. Disponível em: <<http://www.undp.org.br/HRD2000/default.org>>. Acesso: 15/dez/2002.

PNUD. **Relatório de Desenvolvimento Humano**. Nações Unidas, 1995.

POCHMANN, M. **Desafios do Trabalho**. Petrópolis. RJ: Vozes, 2004.

POLO IGUASSU – Instituto Polo Internacional Iguassu. **Plano de Estruturação do Destino Indutor Foz do Iguaçu – PR.** Foz do Iguaçu, 2010.

PORTUGUEZ, A. P. **Agroturismo e Desenvolvimento Regional.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

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

RAMIRO, R. **Economia Solidária e Turismo: uma avaliação da experiência de incubação de cooperativas populares na cadeia produtiva do turismo na Região Nordeste do Brasil.** Brasília, Editora IABS – Instituto Ambiental Brasil Sustentável / Ministério do Turismo, Brasília, 2010.

\_\_\_\_\_. **Economia Solidária e Turismo: A Experiência de Incubação de Cooperativas Populares na Cadeia Produtiva do Turismo na Região Nordeste do Brasil.** 2009, p. 134 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília), Brasília, 2009.

REDTURS. **Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitário.** Disponível em: <http://www.redturs.org/ini/index.php?/newlang=spanish> Acesso em: 10/mar/2012.

REVISTA PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO, Curitiba, n.115, p.125-147, jul./dez. 2008 – Edson Belo Clemente de Souza - **POLÍTICAS TERRITORIAIS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL: o planejamento em foco nas margens do Lago de Itaipu** - Costa Oeste do Paraná.

RIBEIRO, C. M. P. J. et al. **O vale submerso. Aspectos históricos e culturais da região da hidroelétrica – Ita. Projeto ECAU – Elementos Culturais do Alto Uruguai.** Caxias do Sul: EducS, 1998.

RIBEIRO, M. **Turismo Comunitário: relações entre anfitriões e convidados.** Em PANOSSO NETTO, Alexandre & ANSARAH, Marília Gomes (org). Segmentação de do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009.

RODRIGUES, A. B. **Ecoturismo: limites do eco e da ética.** In \_\_\_\_\_ (Org). Ecoturismo no Brasil: possibilidades e limites. São Paulo, Contexto, 2003.

\_\_\_\_\_. **Turismo Local: oportunidades para inserção.** In: RODRIGUES, Adyr B. (Org.) Turismo e Desenvolvimento Local. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 55-64.

\_\_\_\_\_. **Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar.** 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001b.

\_\_\_\_\_. **Abordagem Geográfica do Espaço do Turismo.** In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). Turismo com Ética. Fortaleza: UECE, 1998. p. 76-99.

RODRIGUES, A. M. **Gestão da Região Metropolitana e da MetrÓpole: possibilidades e limites da gestão compartilhada.** In: OLIVEIRA, A. U: CARLOS, A. F.A (orgs). **Geografia das metrÓpoles.** São Paulo: Contexto, 2006.

RÜCKERT, Aldomar A. **A política Nacional de Ordenamento Territorial, Brasil. Uma política territorial contemporânea em construção.** In Revista Eletrônica de Geografia y Ciências Sociais. Universidad de Barcelona. Vol.XI, nº245 (66), 1 de agosto de 2007.

SACHS, Ignacy. **Ecodesenvolvimento: Crescer sem destruir.** São Paulo: Vértice, 1986.

SAWYER, Donald; LOURENÇO, José Seixas. **Novos rumos para a pesquisa científica**. Revista SEBRAE, n.2, dez., 2001, p.54-9.

SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

\_\_\_\_\_. **Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações**. Blumenau: EDIFURB, 2010.

SANCHEZ, H. J.L. **Sistemas productivos locales en la Península Ibérica: cinco temas de debate**. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, n. 19. 1999, p. 215-235.

SANCHO, A.; IRVING, M. A. **Interpretando o Plano Nacional de Turismo 2003/2007 Sob a Ótica da Inclusão Social**. Caderno Virtual de Turismo, v. 10, n. 3, 2010, p. 103-120.

SANTOS, M. **Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal**. 13ª Ed. Record. Rio de Janeiro. 2000 e 2006.

\_\_\_\_\_. **Técnica, Espaço e Tempo. Globalização e meio técnico científico informacional**. São Paulo. Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. **Por uma Geografia Nova**. Hucitec, São Paulo, 1990.

\_\_\_\_\_. **Espaço e Método**. Editora Nobel, São Paulo, 1985.

SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.p. 359-373.

\_\_\_\_\_. **Turismo – aproveitando da Biodiversidade para a Sustentabilidade**. In: IRVING, Marta de Azevedo. **Turismo: o desafio da Sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002. p. 69-91.

SAQUET, M. A. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão, 2003.

SEABRA, Giovanni de Farias de. **Ecos do Turismo: turismo ecológico em áreas protegidas**. Campinas: Papirus, 2001.

SEBRAE. **Estudo Mercadológico Cataratas do Iguaçu & Caminhos ao Lago de Itaipu**. Diagnósticos, 2008.

SEN, A., **Desenvolvimento como Liberdade**, Cia. das Letras, Rio de Janeiro, 2002.

SENE, E.de. **Globalização e Espaço Geográfico**. 3 ed. São Paulo. Contexto, 2011.

SETUR FOZ. **Inventário Turístico de Foz do Iguaçu**. Foz do Iguaçu, 2013.

\_\_\_\_\_. **Estudo de Demanda Turística de Foz do Iguaçu 2011/2012**. Foz do Iguaçu, 2013.

SILVA, J. Graziano da. **O novo rural brasileiro**. Nova Economia. v. 7, n. 1. Belo Horizonte, 1997, pp. 43-81.

SILVA, K. T. P.; RAMIRO, R. C.; TEIXEIRA, B. S. **Fomento ao Turismo de Base Comunitária: a experiência do Ministério do Turismo**. In: BARTHOLO, R.;

SOUZA, C. M. de M. et al. **Conhecimento científico e sabedoria tradicional:**

**análise socioambiental participativa da Microbacia do Rio Sagrado, Morretes (PR).** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 8, n. 1, p. 29-51, janabr/2012, Taubaté, SP, Brasil.

SILVEIRA, M. A.T. **Turismo, Políticas de Ordenamento Territorial e Desenvolvimento. Um Foco no Estado do Paraná no Contexto Regional.** Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Área de Concentração: Geografia Humana. São Paulo. 2002.

SINGER, P. **Introdução à economia solidária.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SINGER, P.; SOUZA, A. **A economia solidária no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2000.

\_\_\_\_\_. **Globalização e desemprego – diagnósticos e alternativas.** São Paulo: Contexto, 1999.

SMITH, A. **A riqueza das nações: investigações sobre sua natureza e suas causas.** São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SMITH, N. **Desenvolvimento Desigual.** Editora Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1998, 250 pg.

SOJA, E. W. **Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica.** Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 1993.

SOUZA, E. B. C. **O espaço e a demografia: o planejamento regional em perspectiva nas margens paranaense no Lago de Itaipu.** Sociedade e Território. Natal, v. 24, nº 1, p. 2 – 27, jan./jun. 2012.

\_\_\_\_\_. **A (Re) produção da região do Lago de Itaipu.** Cascavel: Edunioeste/Coluna do Saber, 2008.

SOUZA, Edson Belo C. de; SILVA, José Flávio da. **A (re)organização do espaço em Guaíra após o fim das Sete Quedas.** RA'EGA, Curitiba: UFPR, v. 14, p. 85-95, 2007.

STERCHILE, Shirla P. W.; SOUZA, Edson Belo C. de. **Apontamentos sobre a aplicação dos royalties da Itaipu Binacional e o processo de desenvolvimento.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, Taubaté: UNITAN, v. 4, n. 2, p. 3-22, maio/ago. 2008.

TELES, R.M. de Sá. **Fundamentos Geográficos do Turismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TONINI, H. **Economia da experiência: o consumo de emoções na Região Uva e Vinho.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v. 3, n.1, p. 90 – 107, 2009.

TRINDADE JÚNIOR, Saint-Clair Cordeiro. **Sujeitos políticos e territorialidades urbanas na centralidade da periferia.** In: DAMIANI, Amélia Luisa et al (Orgs.) O espaço no fim do século: a nova raridade. São Paulo, Contexto, 1999.

UNESCO. Organização da Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura. **Patrimônio Mundial do Brasil.** 2º ed. Brasília. Caixa Econômica Federal, 2002.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** 3 ed. São Paulo: Studio Nobel: Sesc, 2001.

VEIGA, J. F. F. **“Território e Desenvolvimento Local”**. Oeiras: Celta Editora, 2005.

VIEITEZ, C. G; DAL RI, N. M. **Trabalho associado: cooperativas e empresas de autogestão**. Rio de Janeiro: DP & A Editora. 2001. 151p.

VINUESA, M. A. T. **Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimônio arquitectónico-monumental**. Universidad Complutense de Madrid, 1998.

ZAOUAL, H.. **Do Turismo de Massa ao Turismo Situado: quais transições?** In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs.). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 55-75.

\_\_\_\_\_. **Globalização e diversidade cultural**. São Paulo: Editora Cortez, 2003.

\_\_\_\_\_. **Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global**. Tradução de Michel Thiollent. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

\_\_\_\_\_. **Do Turismo de Massa ao Turismo Situado: quais as transições?** Caderno Virtual de Turismo, vol.8 Nº 2, 2008

ZAPATA, Tânia. **Desenvolvimento Territorial Endógeno – Conceitos, dimensões e estratégias**. In: ZAPATA, T., AMORIM, M e ARNS, P. C. (orgs). Desenvolvimento Territorial á Distância. Florianópolis: SEad, UFSC, 2007.

## APÊNDICE

### Apêndice 1 – Roteiros de Entrevista utilizados na Pesquisa de Campo

#### Roteiro I: Proprietários dos Estabelecimentos

- Nome / Sexo / Idade
- Estrutura familiar
- Qual é o grau de instrução?
- Responsável
- Contato
- Localização

#### QUESTÕES

1. Caracterização da Propriedade.
2. Quais são os atrativos da propriedade?
3. Qual é a principal (ais) matéria-prima para o seu trabalho? Que tipo de infraestrutura você necessita para a produção? Quais as condições de trabalho deste espaço?
4. Como funciona a Propriedade?
5. Como é a forma de atendimento?
6. Em que horários está aberto para visitação?
7. Qual é a periodicidade das visitas?
8. Em relação aos aspectos sócio-ambientais como se caracteriza a propriedade?
9. Como é realizado a divulgação e comercialização da propriedade?
10. O município conta com cooperativas de artesanato e produção orgânica? Tem local para comercialização?
11. A comunidade está envolvida com o TBC?
12. O que você acha do turismo? E do TBC?
13. Você percebe alguma diferença no desenvolvimento da localidade entre antes e depois do início do desenvolvimento da atividade turística? Quais? (aspectos positivos e negativos)
14. Que percentual de sua renda é proveniente da atividade turística?
15. Qual tem sido o papel do governo no desenvolvimento do TBC?

16. A comunidade pode coordenar sozinha o projeto de desenvolvimento turístico local ou precisa de coordenador externo?  
dos produtos?
17. Por que o turista vem para a comunidade? O que ele procura? Do que ele gosta?
18. Em sua opinião o que deveria ser feito para atrair o turista para o município e fazê-lo ficar por mais de um dia na região?
19. O Sr(a) participa de algum Conselho, Cooperativa, Associação de Bairro para discutir problemas e soluções para o seu município? Qual ?
20. Em qual época do ano o Sr(a) percebe que o município recebe mais turistas?
21. O município possui Postos de Informações Turísticas?
22. Participa de cursos de qualificação profissional?

## **Apêndice 2 – Roteiros de Entrevista utilizados na Pesquisa de Campo**

### **Roteiro II: líderes de entidades e associações relacionadas com o Turismo de Base Comunitária**

- Nome / Sexo / Idade
- Qual é o grau de instrução?
- Responsável
- Contato
- Localização

### **QUESTÕES**

1. Caracterização da Entidade/Associação
2. Quais são os objetivos da Entidade/ Associação
3. Como insere-se na Cadeia Produtiva do TBC?
4. Quais iniciativas e projetos realizados ou que estão sendo realizados?
5. Qual o formato de funcionamento e as condições de trabalho?
6. Quais os benefícios que são proporcionados para a comunidade local?
7. Como é realizado a divulgação das iniciativas empreendidas?
8. A comunidade está envolvida com o TBC?

9. Qual seu posicionamento sobre TBC na região?
10. Você percebe alguma diferença no desenvolvimento da localidade entre antes e depois do início do desenvolvimento da atividade turística? Quais? (aspectos positivos e negativos)
11. Em sua opinião o que deveria ser feito para atrair o turista para o município e fazê-lo ficar por mais de um dia na região?
12. Como devem atuar as empresas de auto gestão, visando melhor desempenho e atuação?
13. Quais os desafios futuros para o desenvolvimento do TBC local?