

Turismo e elementos culturais na região turística Vales do Iguaçu (sudoeste do Paraná): uma possibilidade?

Tourism and cultural elements in the tourist region of Vales do Iguaçu (sudoeste do Paraná): a possibility?

Ana Paula Perardt Farias (FARIAS, A. P. P.)*
Miguel Bahl (BAHL, M.)**

RESUMO - Os elementos culturais considerados neste estudo, tais como os saberes de uma comunidade, usos e costumes, mitos, ritos, suas formas de manifestação cultural, suas festas, gastronomia, religiosidade, língua, que são signos da cultura, relacionando-se aos municípios que compõem a região turística Vales do Iguaçu, localizada na região Sudoeste do estado do Paraná, foram utilizados como base para a problemática a seguir: De que forma os elementos culturais podem ser vistos como possíveis atrativos turísticos na região turística Vales do Iguaçu do Paraná? Dessa forma, definiu-se como objetivo geral: Identificar os elementos culturais que poderiam ser divulgados como possíveis atrações turísticas ou roteiros culturais nas cidades dos Vales do Iguaçu. Este estudo qualitativo-exploratório considerará pesquisas baseadas nos referenciais bibliográficos do tema para a construção do marco teórico de estudo, assim como análises dos roteiros turísticos dos Vales do Iguaçu, desenvolvido pela Paraná Turismo, para verificação dos componentes culturais inseridos no mesmo, bem como suas características peculiares. Como principais resultados, destaca-se a necessidade de apoio para implementação de projetos para auxiliar atrativos e roteiros culturais na região, visto seu potencial para receber e mostrar a cultura da região.

Palavras-chave: Turismo; Cultura; Planejamento; Vales do Iguaçu; Paraná.

ABSTRACT - The cultural elements considered in this study, such as the knowledge of a community, the uses and customs, myths, rites, their ways of cultural manifestation, their festivals, gastronomy, religiousness, language, which are signs of culture, relating to the municipalities that are part of the tourist region Vales do Iguaçu, located in the Southwest region of the state of Paraná, was used to establish the problematic as follow: In what way the cultural elements can be seen as possible tourist attractions in the Vales do Iguaçu region in Paraná state? Thus, was defined as main objective “to Identify the cultural elements that could be used as possible tourist attraction or cultural itineraries in the cities of the Vales do Iguaçu. This qualitative-exploratory study considered research based on the bibliographical references for the construction of the theoretical framework of study, as well as analyzes of the Vales do Iguaçu tourism routes, developed by Paraná Turismo, to verify the cultural components inserted in it, as well as its peculiar characteristics. The main results highlights the need of support for the implementation of projects to assist cultural attractions and itineraries in the region, given their potential to receive and showcase the region's culture.

Key words: Tourism; Cultural-aspects; Planning; Vales do Iguaçu; Paraná.

* Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Especialista em Docência no Ensino Superior pelas Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU. Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná – UNICENTRO. E-mail: ana.perardt@hotmail.com

** Docente e pesquisador do Mestrado em Turismo e do Mestrado e Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná (Curitiba, Paraná, Brasil). E-mail: migbahl@ufpr.br

1 INTRODUÇÃO

O turismo está ganhando cada vez mais espaço e visibilidade, principalmente por sua potencialidade em envolver aspectos sociais, culturais e econômicos das localidades onde ocorre.

A busca pelo lazer, entretenimento e recreação faz com que pessoas se desloquem em prol de novas experiências, por meio da apropriação, produção e comercialização de territórios, paisagens, tradições e experiências, criando-se demanda massiva para locais ou experiências específicas, bem como fornecendo acomodações e transporte (Organização Mundial do Turismo, 2003, p. 205), sob a lógica de mecanismos cada vez mais sofisticados de mercado, ocasionando a formatação de destinos turísticos para as populações residentes em municípios que possuem potencial turístico e, por consequência, a geração de lucro e visibilidade desses locais.

A ampliação do turismo e o alcance de novas práticas e segmentos, dentre eles o turismo rural e cultural, são opções cobiçadas para aqueles que buscam fugir da vida urbana, atendendo pessoas atraídas pelo ambiente no campo, a cultura local, o contato com as comunidades do interior, entre outras possibilidades.

Partindo-se destes preceitos, adota-se como objeto de estudo a região turística Vales do Iguaçu, localizada no Sudoeste do Paraná (Brasil), que conta com 616.796 habitantes (5,5% da população do estado) (IBGE, 2017). São quarenta e dois municípios no total, dentre eles, vinte e cinco inseridos na região turística Vales do Iguaçu (Agência Sudoeste, 2017). Para estudo adota-se como problemática: De que forma os elementos culturais podem ser vistos como possíveis atrativos turísticos na região Vales do Iguaçu do Paraná? Dessa forma, tem-se como objetivo geral: Identificar os elementos culturais que poderiam ser divulgados como possíveis atrações turísticas ou roteiros culturais nas cidades dos Vales do Iguaçu.

Este estudo qualitativo de caráter exploratório, teve como metodologia as pesquisas bibliográficas sobre os conceitos de turismo, turismo cultural, elementos culturais, Sudoeste do Paraná em artigos, dissertações, teses e documentos *online* para fundamentação teórica. Para compreensão dos elementos culturais da região Sudoeste do Paraná, utilizados como atrações turísticas, foram analisados roteiros turísticos que

compõem a região em estudo, e apresentados ao final, juntamente às análises de resultados e de elementos previstos em roteiros já existentes.

2 TURISMO CULTURAL: PLANEJAMENTO, GESTÃO E DESENVOLVIMENTO

Para que o turismo cultural possa ser uma atividade viável e que traga o máximo de impactos positivos para uma localidade, é necessário pensar no planejamento da atividade turística como um todo, procurando associar as visões dos mais variados atores e segmentos que compõe o turismo, confirmando a importância do planejamento para o turismo, Hanai e Espíndola (2012, p. 3) ressaltam que, “o planejamento da atividade turística deve ser entendido como uma parte das estratégias de desenvolvimento endógeno local, e que deve estar inserido no plano de desenvolvimento integral e não se constituir em um elemento isolado e único.”

Tal posicionamento apresentado pelos autores quanto ao planejamento da atividade turística também deve ser levado em conta quando o turismo cultural for alvo de desenvolvimento de uma região turística.

Desta forma, parte-se do preceito que é necessário que exista um planejamento prévio para que a atividade se desenvolva de forma constante em um destino, por este fato, “o turismo não deve ser visto como uma alternativa “milagrosa” com resultados econômicos de curto prazo, mas sim como uma atividade que deve ser planejada e monitorada constantemente [...]” (SCHEUER, 2011, p. 8). Sendo assim, o turismo é uma atividade que como muitas outras, depende do planejamento para que se configure como um agente de desenvolvimento e capilarização de desenvolvimento para um destino.

Desta forma, o turismo deve ser entendido como uma atividade de cunho dinâmico, que se apoia em processos estratégicos e de planejamento, pautados em diretrizes de sustentabilidade e desenvolvimento (econômico, ambiental, cultural, etc.) para uma região, considerando documentos e ações que delimitem esse planejamento em um espaço determinado e permitam o monitoramento dos impactos causados em um

destino de acordo com esse planejamento (ACKOFF, 1975; BARRETO, 1991; PETROCCHI, 1998).

Sendo assim, o planejamento é a ferramenta que possibilitará o desenvolvimento da atividade turística, no caso deste trabalho, esse planejamento será baseado na perspectiva da base cultural como uma alavanca para o desenvolvimento de uma região, considerando as orientações e oportunidades que a cultura oferece ao turismo como base para a atividade em um destino.

De acordo com Biesek e Tarlombani (2010) pode-se considerar que o turismo cultural é um segmento do turismo em que se planeja o desenvolvimento local através da comunidade, onde a mesma é levada a resgatar sua história, cultura, hábitos e costumes a fim de poder transmiti-los para o turista. Atualmente, existe uma demanda crescente pelo turismo cultural, permitindo os visitantes a observar eventos locais e os estilos de vida da comunidade participando de uma forma não-artificial.

O Ministério do Turismo (2008) cita que o turismo cultural, por meio de seu bom andamento, permite a promoção e a preservação da cultura, conseguindo sua materialização quando o turista se desloca motivado em vivenciar aspectos e situações consideradas particularidades culturais. O segmento do turismo cultural é definido pelo Ministério do Turismo (2008, p. 15) como: “[...] compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.

Desta maneira, o Ministério do Turismo avalia a segmentação como uma estratégia para o desenvolvimento turístico das localidades, sendo um fator positivo, por trazer benefícios locais tanto em aspectos econômicos quanto culturais, provocando um aumento da valorização e do orgulho por parte dos moradores locais (AXER, 2009).

Bahl (2004) reforça que criar ações de planejamento, ordenação e coordenação do turismo e da cultura significa envolver a comunidade local nas decisões, para que, depois, resulte em uma adequada promoção e marketing da localidade, criando assim, condições de desenvolvimento saudável e equilibrado para ocorrer a atividade turística.

Barretto (2001) conclui que o turismo cultural é aquele que tem por objetivo o enriquecimento da personalidade humana, através de informações, conhecimentos e contatos oriundos da experiência da viagem, quando turistas entram em contato com as

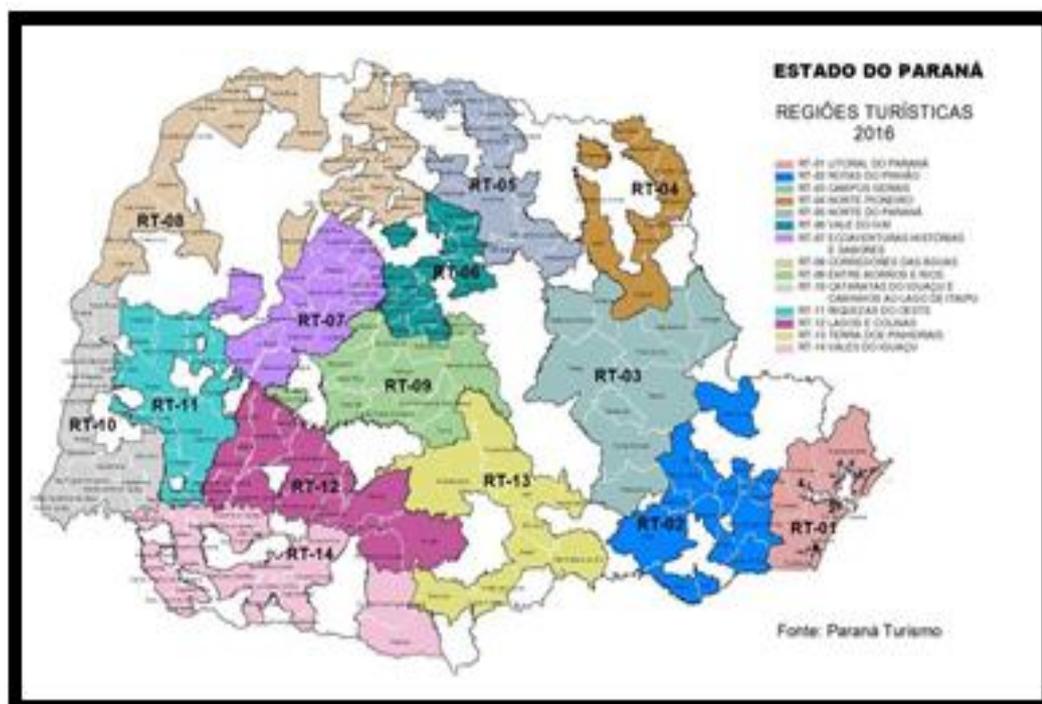
comunidades locais, assim como com suas formas de agir, sentir e de expressar o seu modo de vida no dia a dia.

Por essa razão, o turismo cultural pode vir a intensificar a autoestima da comunidade local, através do resgate de suas raízes culturais, bem como sua identidade, por meio da história, usos e costumes (BARRETTO, 2001).

3 REGIÃO TURÍSTICA VALES DO IGUAÇU

O estado do Paraná é dividido em 14 regiões turísticas (figura 1), conforme suas características turísticas, representadas na figura 1 a seguir. Dentre as quais, adota-se para este estudo a Região Turística dos Vales do Iguaçu, localizada na região Sudoeste do estado do Paraná, registrada no mapa abaixo pelo código RT-14.

FIGURA 1 - REGIÕES TURÍSTICAS DO ESTADO DO PARANÁ



FONTE: Paraná Turismo, 2016.

O Sudoeste do Paraná é composto por 42 municípios, distribuídos por 3 microrregiões: Capanema, Francisco Beltrão e Pato Branco (IBGE, 2017). As principais cidades são Francisco Beltrão, Pato Branco, Palmas e Dois Vizinhos, atuando como

polos microrregionais e concentram a maior parte da infraestrutura urbana, além de equipamentos e serviços de apoio ao turismo (Agencia Sudoeste, 2017).

Na figura 2 abaixo segue o mapa do Paraná, com destaque para a região Sudoeste do Paraná:

FIGURA 2 - MAPA DO PARANÁ COM DESTAQUE PARA A REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ



FONTE: Paraná Governo do Estado, 2007.

No entanto, no mapa turístico da região elaborado pelo Ministério do Turismo, apenas 25 municípios fazem parte da região dos Vales do Iguaçu, porém, vale destacar que outros poderão se agregar em uma próxima oportunidade.

Contudo, vale destacar que essa ferramenta de mapeamento dos municípios permite direcionamento mais eficaz das políticas do setor (Oliveira, 2016). A área territorial atual teve uma pequena contribuição para a economia do Estado até a década de 1940, já que o processo de povoamento iniciou-se em 1943 com a criação da Colônia Agrícola Nacional General Osório (CANGO), com a chegada de descendentes italianos e alemães vindos dos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde foram reproduzidos, nas novas fronteiras agrícolas, seus costumes e tradições (Ortolan, 2007).

4 REGIÃO TURÍSTICA VALES DOS IGUAÇU: ANÁLISE DE ELEMENTOS CULTURAIS NA ATIVIDADE TURÍSTICA

Através do estudo, foi analisado os roteiros já existentes e realizados na região Sudoeste do Paraná. Foi analisado também os elementos culturais utilizados como atrações turísticas componentes da região turística Vales do Iguaçu.

Como visto no marco teórico do presente trabalho, o turismo cultural, por meio de seu bom andamento, permite a promoção e a preservação da cultura, fazendo com que o turista se desloque motivado a vivenciar aspectos e situações consideradas particularidades culturais.

A região turística dos Vales do Iguaçu é marcada pelas agroindústrias, pelo clima frio, pela presença do rio Iguaçu e a disponibilidade de água hidromineral e termal nos municípios de Francisco Beltrão, Verê e Sulina. Estão presentes também a cultura indígena e a reserva de mata de Araucárias ambas no município de Mangueirinha, além do início do Parque Nacional do Iguaçu, no município de Capanema. Pato Branco e Francisco Beltrão são municípios que oferecem infraestrutura, eventos, gastronomia, hospedagem e parques de lazer.

Identificou-se que a região turística apresenta quatro roteiros de caráter cultural. O primeiro: Doce Iguassu, propõe a visitação às diversas propriedades rurais onde são produzidos mel, uva, abacaxi, mandioca, grãos, entre outros produtos, detidos como produção econômica principal da região. Para o turista, os aspectos culturais no meio rural, a gastronomia, as vestimentas e a forma de trabalhar, entre outras características, são evidências do modo de vida local e de sua cultura. Neste roteiro são oferecidos passeios de barco, de carro de boi e pesca esportiva, onde o visitante tem uma experiência com o interior, no modo de vida das pessoas que ali chegaram. Também entra em contato com a realidade rural através de visitas às agroindústrias familiares e alambiques, todos artesanais (Paraná Turismo, 2016).

O segundo roteiro é o Turismo Religioso nos Vales do Iguaçu, onde devotos católicos podem reafirmar sua fé na Gruta de Santa Emília de Rodat, localizada no Distrito de Siqueira Bello a 25 km do município de Barracão. Já em Francisco Beltrão, os fiéis fazem do Morro do Calvário uma via-sacra até a estátua do Cristo Redentor, como forma de pagar promessas ou agradecer por milagres, haja vista que o catolicismo

é a religião com o maior número de fiéis na região. O Natal Luz, outro reconhecido evento no município de Pato Branco, reúne centenas de pessoas na região para assistir aos desfiles de natal no mês de dezembro, podendo compor os roteiros natalinos da Região Sul do Brasil.

O terceiro roteiro, baseado em turismo rural, leva o turista a conhecer o município de Verê em passeios panorâmicos visitando o Alambique Del Toni, o Oratório de São Cristóvão, a Vinícola Sartor e a Igreja Matriz da cidade. A cidade de Verê possui belezas naturais, além de acolher pessoas vindas de outros lugares do Brasil, formada por descendentes de italianos e alemães, oriundos de migrantes vindos dos estados de Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde contam suas histórias e de como chegaram ao município. Na sequência, a continuação da viagem vai até o município de Pato Branco, 50 km da cidade de Verê, onde pode-se fazer um passeio a pé pelo centro da cidade, conhecendo a Igreja Matriz e a Praça Getúlio Vargas. Na sequência é servido um jantar típico no Centro de Tradições Gaúchas – CTG, com apresentação de danças folclóricas gaúchas.

O quarto roteiro é no município de Barracão, que conta com o Parque Turístico Ambiental da Integração, com seus 3 mil metros lineares, marco divisório entre Paraná (município de Barracão), Santa Catarina (município de Dionísio Cerqueira) e Argentina (município de Bernardo de Irigoyen, província de Misiones). Locais movidos por atividades relacionadas às culturas de cada um dos países.

Diante desses roteiros percebe-se que a região está se diversificando e aumentando sua expectativa com relação ao turismo, principalmente por não ser sua principal economia, e sim uma segunda renda e uma forma de proporcionar novos empregos através da atividade turística.

Grinover (2007) ressalta que as cidades devem valorizar suas experiências, suas histórias, sua memória e arte local, seus mitos e tradições, sua arte culinária, seus patrimônios, entre outras formas de expressões culturais.

Portanto é fundamental nas cidades, obter uma representação original dos seus territórios numa perspectiva cultural, identitária, econômica e social, para a melhoria da qualidade de vida e criação de novos empregos, de modo a permitir que a população viva e ame o seu local de vivência.

Diante disso, tendo em vista essa relação do homem com o espaço cultural, urbano e turístico, nesse estudo se objetivou verificar a relação desses elementos culturais na implantação e visibilidade de atrativos turísticos, mais especificamente roteiros de caráter cultural, enfocando os aspectos históricos e culturais, em virtude de seu valor simbólico e histórico no resgate e na preservação da cultura e da identidade local, assim como implantação de novos atrativos turísticos e roteiros para a região, notando-se que a região Sudoeste do Paraná possui diversas possibilidades para roteirização turística, assim como para se tornar uma região com maior visibilidade dentre as demais regiões turísticas do Paraná, de segmentação turística rural, cultural, gastronômica típica, entre outros.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por intermédio do estudo realizado, observou-se que o turismo no Sudoeste do Paraná, ainda se encontra em nível incipiente, representando parceria de renda para poucas famílias, empresas e para alguns dos municípios que compõem a região dos Vales do Iguaçu, valendo destacar que não são todos os municípios que participam dos roteiros turísticos.

Observou-se portanto a presença cultural dos migrantes que lançaram as estruturas da região vigente destacando os estados de Rio Grande do Sul e Santa Catarina, além do modo de vida local, seus artesanatos, festividades, e a própria hospitalidade em cada um dos roteiros supracitados, principalmente no momento em que são oferecidas pelas comunidades, seja durante as refeições e pernoites, pela receptividade social ao turista durante o dia a dia, em visitas turísticas, amostras das suas rotinas e costumes.

Contudo, notou-se que, apesar de já possuir estrutura para receber turistas, ainda faltam investimentos na área do turismo, já que a região ainda é considerada nova no cenário paranaense. As atrações turísticas e a hospitalidade da comunidade são elementos cruciais para a motivação dos turistas a viajar buscando-se catalisar benefícios para as comunidades e para as empresas turísticas regionais: hoteleiras, gastronômicas, agências receptoras, comércios locais, dentre outras.

Observou-se que esses roteiros valorizam elementos vinculados ao processo de pertencimento local, principalmente por mostrar a cultura, o modo de vida, a gastronomia, religião e outros elementos culturais, intensificando a autoestima da comunidade local, através do resgate de suas raízes culturais e históricas tendo, no turismo, um de seus potenciais aliados.

REFERÊNCIAS

ACKOFF, R. L. **Planejamento empresarial**. Trad. Marco Túlio de Freitas. São Paulo: LTC, 1975

AGENCIA SUDOESTE, 2017. **Região Turística Vales do Iguaçu**. Francisco Beltrão, PR. Disponível em: <<http://www.agenciasudoeste.org.br/>> Acesso em: 31. Maio. 2017

AXER, S. Turismo cultural: o município de Paraty e a FLIP. **Revista Itinerarium**, v. 2, p. 01-23. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), 2009

BAHL, M. **Fatores ponderáveis no turismo**: sociais, culturais e políticos. Curitiba: Protex, 2004

BARRETTO, M. **Planejamento e organização do turismo**. 4. ed. Campinas: Papyrus, 1991

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

BIESEK, A. S; TARLOMBANI, M. A. da S. Planejamento dos aspectos culturais no espaço turístico urbano de Foz do Iguaçu, Paraná. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul – Saberes e fazeres no turismo: Interfaces**, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Destino referência em turismo**: segmento de turismo cultural, 1 ed., Goiânia – GO, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/paraty.pdf>. Acesso em: 09. Jun. 2016.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

HANAI, F. Y.; ESPÍNDOLA, E. L. G. O planejamento e a gestão do turismo sustentável na região de Bueno Brandão (MG/Brasil). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 224-238, ago. 2012.

OLIVEIRA, M. **Paraná tem novo mapa turístico**, 2016. Francisco Beltrão, PR. Disponível em: <<http://agenciasudoeste.org.br/noticia/511>> Acesso em: 23. Mai. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ORTOLAN, A, A. Aspectos da construção histórica do Sudoeste do Paraná e da cidade de Francisco Beltrão. **Revista Faz Ciência**, 9 (9), p. 1-23, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2017. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em: 23. Mai. 2017.

PARANÁ TURISMO, 2016. **Regiões Turísticas do Estado**. Curitiba, PR. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946>>. Acesso em: 22. Mai. 2017.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998

SCHEUER, L. Percepção geográfica e planejamento turístico: um estudo sobre a Sazonalidade. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 4, n. 2, p. 286-304, out. 2011. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/24764/16602>>. Acesso em: 08. Jun. 2016.