

UNIVERSIDADE POSITIVO  
PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO  
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EMPREENDEDORISMO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

REDES DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO  
LOCAL: UM ESTUDO DE CASO NO CIRCUITO ITALIANO DE  
TURISMO RURAL – MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR

ADRIANA CZAJKOWSKI

CURITIBA

2009

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ADRIANA CZAJKOWSKI

REDES DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO  
LOCAL: UM ESTUDO DE CASO NO CIRCUITO ITALIANO DE  
TURISMO RURAL – MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR

Dissertação apresentada ao programa de  
Mestrado e Doutorado em Administração da  
Universidade Positivo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sieglinde Kindl da Cunha

CURITIBA

2009

*TÍTULO: “REDES DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL:  
UM ESTUDO DE CASO NO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL – MUNICÍPIO  
DE COLOMBO-PR”*

*ESTA DISSERTAÇÃO FOI JULGADA ADEQUADA COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRE EM ADMINISTRAÇÃO (área de  
concentração: organizações, empreendedorismo e internacionalização) PELO  
PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO DA  
UNIVERSIDADE POSITIVO. A DISSERTAÇÃO FOI APROVADA EM SUA FORMA  
FINAL EM SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA, NO DIA 09 DE MARÇO DE 2009, PELA  
BANCA EXAMINADORA COMPOSTA PELOS SEGUINTE PROFESSORES:*

- 1) Profa. Dra. Sieglinde Kindl da Cunha - Universidade Positivo (Presidente);*
- 2) Prof. Dr. Fernando do Prado Gimenez – PUC (Examinador);*
- 3) Profa. Dra. Maria Lucia de Figueiredo Meza – Universidade Positivo (Examinadora);*

*CURITIBA – PR, BRASIL*



*PROF. DR. CLÓVIS LUIZ MACHADO-DA-SILVA  
COORDENADOR DO PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO EM  
ADMINISTRAÇÃO*

Dedico este trabalho às pessoas especiais da minha vida, que me apoiaram e incentivaram em todos os momentos, proporcionando-me várias alegrias:

Aos meus pais, Sérgio e Eliana.

Ao meu amado Mauricio.

Ao meu irmão Sérgio Júnior.

Às famílias Czajkowski e Kern.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todas as pessoas que das mais diversas formas contribuíram para que eu vencesse mais esse desafio:

Primeiramente agradeço a Deus.

Aos meus pais Sérgio e Eliana, pelas palavras sábias, ensinamentos e confiança nesta trajetória.

Ao meu irmão Sérgio, meu grande amigo.

Ao Mauricio, meu grande amor, pela compreensão e paciência nos momentos de ausência e pelo incansável apoio em todas as etapas deste trabalho.

A minha orientadora, Professora Sieglinde, pelas horas dedicadas à orientação, amizade, compreensão e por ter prestado enorme colaboração no desenvolvimento deste trabalho.

A todos os professores do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Positivo, pelo suporte acadêmico.

Aos colegas do mestrado, pela amizade, dúvidas e alegrias compartilhadas.

Às famílias Czajkowski e Kern pelo carinho de sempre, apoio e estímulo para realização deste trabalho.

Aos meus colegas do Unicuritiba e da Unibrasil, pelo incentivo, sugestões ao trabalho e empréstimo de materiais.

Aos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural que apoiaram a pesquisa, concederam informações e permitiram a minha visita para realização do trabalho de campo.

*Só existem dois dias no ano que nada pode ser feito. Um se chama ontem e o outro se chama amanhã, portanto hoje é o dia certo para amar, acreditar, fazer e principalmente viver.*

Dalai Lama

## RESUMO

A atividade turística é um fenômeno típico da modernidade, com potencial expressivo, capaz de incentivar significativas melhorias e o desenvolvimento sustentável de uma localidade. Neste sentido, as redes de cooperação têm se apresentado como uma alternativa de desenvolvimento do turismo local, promovendo ganhos e vantagens coletivas aos atores sociais inseridos nos aglomerados de turismo. Ressalta-se a importância de se fomentar o envolvimento dos atores sociais em prol de um trabalho conjunto como forma de melhor se identificar e aproveitar as oportunidades da região turística. Por essa razão, o presente trabalho analisa como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR. A escolha do foco de análise fundamentou-se na Teoria dos Aglomerados e no Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, ambos de Michael Porter (1999). A abordagem metodológica adotada para a pesquisa foi a de natureza qualitativa, classificada como exploratória-descritiva, contemplando o estudo de caso como método de procedimento. Para coleta de dados utilizou-se a entrevista semi-estruturada a qual foi realizada com 10 atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. A análise dos dados baseou-se na análise documental, de conteúdo e na triangulação dos dados com o referencial teórico. Os resultados obtidos sugerem que a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR.

**Palavras-chave:** Aglomerados; Desenvolvimento do Turismo Local; Redes de Cooperação.



## ABSTRACT

Tourism is a typical phenomenon of modernity, with significant potential, capable of stimulating benefits and sustainable development of a place. Thus, cooperation networks have become an important alternative for the tourism development, improving profits and collective benefits to social actors inserted on tourism clusters. It is important to foment the social actors involvement for a joint work as the best way to identify and make good use of the tourist region opportunities. For this reason, this study analyzes how the cooperation network among social actors of "Circuito Italiano de Turismo Rural" has contributed to the tourism development in the municipal district of Colombo-PR. The analysis focus choice was based on Michael Porter's Clusters Theory and Diamond of National Advantage. The methodology used was a qualitative research, classified as exploratory-descriptive, considering the case study as procedure method. The data were obtained through semi-structured interviews with 10 social actors of "Circuito Italiano de Turismo Rural". The data analysis was based on document and content analysis, relating to the theoretical framework. The study outcomes suggest that the cooperation network among the social actors of "Circuito Italiano de Turismo Rural" has contributed to the tourism development in the municipal district of Colombo-PR.

**Key Words:** Clusters; Local Tourism Development; Cooperation Networks.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Sistema Completo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) .....	70
Figura 2	Modelo do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) adaptado para análise do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR .....	92
Figura 3	Categorias Analíticas de Pesquisa.....	93
Figura 4	Mapa dos municípios que compõem a Região Metropolitana de Curitiba (2009) - Destaque ao município de Colombo .....	112
Figura 5	Mapa de Localização de Colombo e seus Municípios Limítrofes.....	119
Figura 6	Mapa do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo .....	127
Figura 7	Placa de Sinalização em frente a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo .....	128
Figura 8	Placa de Sinalização em frente ao Parque Municipal Gruta da Bacaetava .....	128
Figura 9	Relação entre as Categorias Analíticas de Pesquisa .....	163
Figura 10	Placas de Sinalização – Problemas com a Conservação .....	170
Figura 11	Placas de Sinalização – Problemas com Pichações .....	170
Figura 12	Interior do Parque Municipal Gruta do Bacaetava.....	200
Figura 13	Parque Municipal da Uva – 45º Festa da Uva de Colombo .....	200
Figura 14	Museu Municipal Cristoforo Colombo.....	200
Figura 15	Igreja do Bacaetava .....	201

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Classificação dos atores sociais no turismo.....	39
Quadro 2	Principais Objetivos Gerais Relacionados aos Planos ou Projetos de Desenvolvimento Local.....	41
Quadro 3	Modelo de Gestão indicado ao Desenvolvimento do Turismo Local.....	54
Quadro 4	Comparativo das influências pública e privada no aprimoramento dos aglomerados.....	73
Quadro 5	Síntese das abordagens análogas sobre aglomerados.....	76
Quadro 6	Relação dos atores sociais do turismo participantes da pesquisa.....	103
Quadro 7	Relação entre Categorias Analíticas de Pesquisa (Rede de Cooperação), Indicadores, Referencial Teórico, Fontes da Informação e Instrumentos de Coleta de Dados.....	104
Quadro 8	Relação entre Categorias Analíticas de Pesquisa (Desenvolvimento do Turismo), Indicadores, Referencial, Fontes da Informação e Instrumentos de Coleta de Dados.....	105
Quadro 9	Síntese da Metodologia.....	108
Quadro 10	Municípios que compõem a Região Metropolitana de Curitiba (2009).....	111
Quadro 11	Circuito Turísticos que compõem o anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba.....	117
Quadro 12	Histórico de Visitação do Parque Municipal Gruta do Bacaetava (2000-2007).....	156
Quadro 13	Origem dos Visitantes do Parque Municipal Gruta do Bacaetava.....	157
Quadro 14	Atrativos Turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural.....	199
Quadro 15	Empreendimentos Turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural.....	201
Quadro 16	Empreendimentos que apenas comercializam.....	203
Quadro 17	Outros Participantes.....	203

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AECITUR	- Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR
APAC	- Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo
APLs	- Arranjos Produtivos Locais
CITUR	- Circuito Italiano de Turismo Rural
COMEC	- Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
COMTUR	- Conselho Municipal de Turismo
EMATER	- Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	- Índice de Desenvolvimento Humano
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPEA	- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MTur	- Ministério do Turismo
OMT	- Organização Mundial do Turismo
P&D	- Pesquisa e Desenvolvimento
PAS	- Programa de Alimentos Seguros
PIB	- Produto Interno Bruto
PR	- Paraná
PROSAM	- Programa de Saneamento Ambiental da RMC
PRTUR	- Paraná Turismo
REDESIST	- Rede de Pesquisa e em Sistemas Produtivos Inovativos Locais
RMC	- Região Metropolitana de Curitiba
RS	- Rio Grande do Sul
SC	- Santa Catarina
SEBRAE-PR	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná
SEMAA	- Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Agricultura de Colombo
SESC	- Serviço Social do Comércio
SETU	- Secretaria de Estado do Turismo
SPILs	- Sistemas Produtivos e Inovativos Locais

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA .....	17
1.2	DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS DE PESQUISA.....	18
1.2.1	Objetivo Geral .....	18
1.2.2	Objetivos Específicos .....	18
1.3	JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA .....	19
1.4	ESTRUTURA DO TRABALHO.....	22
<b>2</b>	<b>BASE TEÓRICO-EMPÍRICA</b> .....	<b>24</b>
2.1	DESENVOLVIMENTO .....	24
2.1.1	Conceito e enfoques teóricos sobre o desenvolvimento .....	25
2.1.2	A noção de desenvolvimento e crescimento .....	30
2.1.3	O desenvolvimento no contexto socioespacial.....	32
2.1.4	Desenvolvimento Local .....	33
2.1.4.1	Os atores sociais e o desenvolvimento local.....	38
2.1.5	Turismo e Desenvolvimento.....	43
2.1.5.1	Turismo .....	44
2.1.5.2	Turismo rural.....	48
2.1.6	Desenvolvimento do Turismo.....	50
2.1.6.1	Desenvolvimento do turismo – dimensão econômica .....	55
2.1.6.2	Desenvolvimento do turismo – dimensão social .....	57
2.1.6.3	Desenvolvimento do turismo – dimensão ambiental .....	59
2.2	AGLOMERADOS .....	60
2.2.1	Teoria dos Aglomerados – Michael Porter .....	60
2.2.2	Diamante da Vantagem Competitiva Nacional.....	69
2.2.3	Distinção entre as abordagens que envolvem aglomerados.....	75
2.3	AGLOMERADOS DE TURISMO.....	77
2.4	REDES DE COOPERAÇÃO .....	81
2.4.1	Redes de Cooperação no Turismo .....	86
<b>3</b>	<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>90</b>
3.1	ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	90
3.2	CATEGORIAS DE PESQUISA .....	91
3.2.1	Definição Constitutiva e Operacional das Categorias Analíticas de Pesquisa .....	94
3.2.1.1	Redes de cooperação .....	94
3.2.1.2	Desenvolvimento do turismo .....	95
3.2.2	Definição dos Outros Termos Relevantes.....	96
3.3	DELIMITAÇÃO E DESIGN DA PESQUISA.....	96
3.4	COLETA DE DADOS .....	99
3.4.1	População e Amostragem .....	101
3.4.2	Instrumento para obtenção dos dados.....	103

3.5	FORMA DE ANÁLISE DE DADOS .....	106
3.6	LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	108
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>110</b>
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO – O MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR.....	110
4.1.1	Região Metropolitana de Curitiba.....	111
4.1.2	O Anel de Turismo da RMC .....	114
4.1.3	O Município de Colombo.....	118
4.2	O CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL .....	124
4.3	ATRATIVOS, EMPREENDIMENTOS E ORGANIZAÇÕES DE APOIO DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL .....	129
4.3.1	Organizações de Apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural .....	131
4.3.1.1	Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR (AECITUR).....	131
4.3.1.2	Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER).....	132
4.3.1.3	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE-PR) .....	134
4.4	A ORGANIZAÇÃO E A COORDENAÇÃO DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL .....	136
4.5	AS AÇÕES DE COOPERAÇÃO REALIZADAS ENTRE OS ATORES SOCIAIS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL .....	140
4.6	O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL .....	152
4.7	A REDE DE COOPERAÇÃO ENTRE OS ATORES SOCIAIS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR.....	164
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>173</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>178</b>
	<b>LISTA DE APÊNDICES .....</b>	<b>194</b>
	<b>LISTA DE ANEXOS.....</b>	<b>204</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade turística, inserida na sociedade contemporânea e no mercado mundial, está passando por transformações cada vez maiores, as quais se processam em um ritmo intenso e acelerado (BENI, 2003; CAMARGO, 2003). Assim, em muitos casos, as organizações pertencentes ao turismo buscam distintas maneiras de adquirirem vantagens competitivas que lhes possibilitem a diferenciação frente à competitividade do mercado (RUSCHMANN; SOLHA, 2003).

O processo econômico de internacionalização, globalização e abertura das economias nacionais, muito embora seja mais facilmente perceptível no setor financeiro (CUNHA; CUNHA, 2006), deve ser considerado dentro da lógica do turismo, pois o mesmo provocou “uma mais ampla disponibilização e acessibilidade em amplitude mundial dos produtos, das instalações e dos serviços turísticos” (BENI, 2003, p.27).

Em consonância aos desdobramentos mais perceptíveis do turismo, em que se destacam a oferta de empregos, movimento de importantes somas em impostos, geração de lucro, é salutar ressaltar que o turismo não pode ser vislumbrado dentro de uma visão sectária, pois é um fenômeno típico da modernidade, com potencial expressivo, capaz de fomentar significativas melhorias e o desenvolvimento sustentável de uma localidade (ARAUJO, 2003; CUNHA; CUNHA, 2006; IGNARRA, 2003).

O resultado do atual mercado de turismo mundial, cada vez mais competitivo, é o crescimento de destinações tanto nos países já especializados na oferta de serviços turísticos diferenciados como naqueles mais pobres que descobrem no turismo uma possibilidade de integração à economia mundial (BENI, 2003). Por conseguinte surgem “estratégias globais para identificar, desenvolver e comercializar o turismo” (BENI, 2003, p.28) de forma planejada, sendo que muitas delas baseiam-se na política de desenvolvimento local através da organização de redes de empresas ou aglomerações geográficas, promovendo um intercâmbio entre os atores que as compõem. Estas são uma “alternativa de fomento e fortalecimento de atividades produtivas dotadas de competitividade e capacidade de expansão”

(SIQUEIRA; TELLES, 2006, p.31) reunindo “características interessantes para a geração de sinergias, tão essenciais ao sucesso” (THOMAZI, 2006, p.17) da atividade turística.

É a partir desta e de outras constatações, oriundas do atual momento histórico e econômico do turismo, no qual esforços compartilhados promovem um cenário de crescimento regional e colaboração, que se percebe a pertinência do estudo sobre cooperação entre empresas e organizações territoriais dentro da atividade turística (SILVA T., 2004; SILVA, 2006).

Silva T. (2004, p.268) corrobora afirmando que através do estudo sobre redes de cooperação em turismo verifica-se que

[...] competir em mercados globalizados exige cooperação, o que pode ocorrer através da Eficiência Coletiva, que nada mais é que empresas organizadas sob a forma de cooperação, e conseguem obter ganhos que num nível individual não seria possível alcançar.

A atualidade desta afirmação repousa na força gerada quando competências unem-se procurando cooperar na atividade turística, bem como na possibilidade de promover ganhos e vantagens coletivas por meio do desenvolvimento de natureza sustentável, troca de informações, compartilhamento de inovações tecnológicas, qualificação da mão-de-obra e investimento coletivo em equipamentos e serviços turísticos (LOURES, 2006). Sob esta ótica, o trabalho em rede, o qual articula os setores privado, público e a própria comunidade, ganha ainda mais força no turismo, visto que este é um “instrumento de sociabilidade, de coletividade e integração” (THOMAZI, 2006, p.21).

Sob o aspecto da validade do entendimento sobre a cooperação entre agentes e atores vinculados à atividade turística, é relevante mencionar a associação existente entre o estudo do tema redes de cooperação e aglomerados no contexto do turismo (CUNHA; CUNHA, 2006). Paiva (2007, p.50) enfatiza que por meio da compreensão de aglomerados permite-se “analisar a cooperação empresarial, especificação produtiva do trabalho, infra-estrutura coletiva, especialização dos serviços, entre outros”.



Há de se mencionar que na exata medida em que se observa o fortalecimento de regiões turísticas por meio de ações conjuntas entre agentes vinculados ao turismo na Europa, Estados Unidos e Ásia (THOMAZI, 2006), passa-se a considerar a valorização de uma cultura associativa em prol do desenvolvimento local em distintas regiões brasileiras outrora sequer imaginadas. Nessa dimensão, reflete-se sobre a dinamização das redes de cooperação nas atividades turísticas no Estado do Paraná, com destaque a região do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo-PR.

Os gestores do turismo, conforme salientado pela Secretaria de Estado de Turismo do Paraná (2007), defendem a integração de empreendimentos paranaenses geograficamente localizados de forma próxima e estratégica, para uma comercialização conjunta e complementar de seus produtos e serviços turísticos, pois de forma isolada não possuem suficiente grau de atratividade para garantir competitividade e gerar demanda.

De tal sorte que, no caso mais específico do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR (primeiro produto turístico paranaense, formatado em 1999, para uma comercialização em conjunto de serviços e atrativos), a multiplicidade de ações especializadas e complementares de seus atores faz com que se privilegiem ações coletivas em oposição às individuais (LINS, 2000), na exata medida em que valorizando a cooperação entre os atores locais, contribui-se para o desenvolvimento e competitividade da região (THOMAZI, 2006).

Tendo como pano de fundo tal afirmação, ressalta-se a importância do envolvimento de todos em prol de um trabalho conjunto como forma de melhor se identificar e aproveitar as oportunidades da região turística (PETROCCHI, 2001; PORTER, 1999).

Por conseguinte, o presente estudo visa analisar como a rede de cooperação entre os atores sociais contribuiu para o desenvolvimento do turismo da região do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, considerando como período de observação o espaço de tempo entre os anos 1999 (criação do Circuito) e 2008.

A escolha deste foco de análise fundamenta-se no aparato teórico e metodológico de Michael Porter (1999) sobre aglomerados, competitividade e cooperação no desenvolvimento de uma localidade.

A rede de cooperação entre os atores pertencentes a um aglomerado de turismo permite um intercâmbio contínuo de informações entre os mesmos, circulação de idéias e um processo sinérgico de geração de conhecimento, fortalecendo e desenvolvendo a localidade em questão (THOMAZI, 2006).

### 1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

No que concerne ao tema do presente trabalho, cabe dizer que este engloba o estudo da rede de cooperação em aglomerado de turismo. A prosperidade e estruturação de uma região turística são reveladas em função da atratividade local e capacidade de trabalho integrador dos atores participantes com o intuito de agregar-lhe valor (THOMAZI, 2006).

Remetendo-se prioritariamente ao Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, pretende-se analisar de que forma a rede de cooperação entre atores sociais contribuiu para o desenvolvimento do turismo local.

Como fundamentação da problemática da presente pesquisa, parte-se da assertiva que a rede de cooperação entre os atores sociais pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR.

Por esta razão menciona-se que por meio da valorização da cooperação e compartilhamento de esforços, atinge-se um desenvolvimento turístico condizente com as necessidades dos atores, turistas e comunidade local (THOMAZI, 2006). Dessa forma, o problema de pesquisa proposto para o estudo é:

## **Como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR?**

### 1.2 DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS DE PESQUISA

Os objetivos da pesquisa correlacionam-se principalmente com o problema proposto. Neste sentido, a definição dos mesmos é uma das etapas mais significativas do trabalho, exigindo que estes sejam apresentados de forma clara e precisa. Os objetivos são divididos em geral e específicos (DENCKER, 2001).

O objetivo geral define aquilo que se pretende alcançar através da realização da pesquisa. Os objetivos específicos relacionam as etapas, as quais devem ser cumpridas para se atingir o objetivo geral (RICHARDSON, 1999).

#### 1.2.1 Objetivo Geral

Observando-se os apontamentos relativos aos aspectos gerais dos temas redes de cooperação e sua relação com o desenvolvimento do turismo, aliados a verificação da realidade dos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, apresenta-se como objetivo geral do presente trabalho: Analisar como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo do município de Colombo-PR.

#### 1.2.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos mostram-se imprescindíveis na estruturação do estudo, já que são considerados desdobramentos operacionais do objetivo geral da pesquisa. Com base na revisão de literatura, estabelecem-se como objetivos específicos:

a) Identificar o histórico da formação do Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR.

b) Relacionar os atrativos turísticos, empreendimentos e organizações de apoio pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR.

c) Descrever a forma de organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR, a partir da concepção de aglomerado de turismo.

d) Identificar as ações de cooperação realizadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR.

e) Avaliar o desenvolvimento do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR considerando os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

f) Descrever como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural influenciou o desenvolvimento do turismo do município de Colombo-PR.

### 1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

A cooperação entre atores de um aglomerado foi caracterizada, recentemente, como fator de contribuição ao desenvolvimento do turismo de uma localidade (BIESEK, 2004; PORTER, 1999; THOMAZI, 2006). Verifica-se que uma das principais vantagens decorrentes da cooperação entre atores está nas tomadas de ações, quando realizadas de forma coletiva, amparam-se na sustentabilidade ambiental, social, econômica e política dos empreendimentos, agentes e atrativos que compõem um aglomerado de turismo (PETROCCHI, 2001).

Torna-se importante discutir como a rede de cooperação entre os atores inseridos no contexto do turismo contribui para o desenvolvimento turístico de uma localidade, devido ambos os temas, quando analisados em conjunto, necessitarem de uma maior visibilidade e maturidade conceitual.

Bieseck (2004) corrobora a idéia acima afirmando que muitas são as motivações relacionadas ao estudo e emprego da metodologia de aglomerados de Michael Porter (1999) no turismo. Complementa-se ainda que um dos grandes desafios nas pesquisas sobre cooperação, aglomerados e, conseqüentemente, desenvolvimento do turismo, está na delimitação dos domínios conceituais dos termos anteriormente citados.

Em paralelo percebe-se, mais do que nunca, a necessidade de elaborar estudos sobre a aplicabilidade da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) no turismo, em especial sobre a cooperação, no qual se valorize a profundidade e rigor no tratamento dos assuntos quando abordados. A cooperação é um importante elemento da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999), pois através da união entre os agentes que compõem um aglomerado possibilita-lhes ganharem competitividade e mercado (BIESEK, 2004).

Ao se ampliar a gama destes estudos, melhor tratamento conceitual e aplicabilidade prática serão proporcionados aos mesmos, evitando que tanto a rede de cooperação entre atores de um aglomerado quanto a noção de desenvolvimento do turismo sejam abordados de forma prematura nos ambientes (PORTER, 1999; THOMAZI, 2006).

As informações contidas no presente trabalho poderão contribuir para o avanço dos estudos sobre a Teoria de Aglomerados de Porter (1999) no campo do turismo e paralelamente à elaboração de novas pesquisas sobre aglomerados de turismo no Brasil.

Porquanto Thomazi (2006, p.22) salienta que os estudos sobre rede de cooperação, aglomerados e desenvolvimento do turismo não podem apenas ser realizados por meio da revisão teórica, mas sim se deve adotar em conjunto “como referência a observação a partir de uma região”.

Sob esta perspectiva, analisando-se a região do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, compreender-se-á a origem, organização, dinâmica, atores, ações de cooperação e conseqüente desenvolvimento do turismo na região. Adiciona-se ainda que a escolha pelo Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-

PR como objeto de estudo deve-se ao fato do mesmo ser o primeiro roteiro de turismo da Região Metropolitana de Curitiba disponibilizado ao público. Paralelamente é considerado experiência pioneira do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba.

No Brasil, encontram-se estudos relacionados ao Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, com destaque para Camargo (2007) que descreve a atividade turística como fator de fortalecimento dos aspectos culturais, ou seja, analisa-se a percepção de alguns atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural de forma a verificar os impactos sócio-culturais e o fortalecimento do patrimônio cultural local devido a implantação do mesmo. Candiotto (2007) busca compreender a experiência de implantação do turismo no espaço rural formado por agricultores familiares que compõem o Circuito Italiano de Turismo Rural. Cassou (2002), por sua vez, apresenta a análise do Circuito Italiano de Turismo Rural na visão dos planejadores, organizadores, empreendedores e moradores da localidade. A relevância deste último estudo está na identificação das mudanças ocasionadas pelo incremento do turismo no município de Colombo nos primeiros anos após a sua implementação. Os estudos citados relacionam alguns tópicos sobre a implantação e gestão do circuito. No entanto, não possuem o foco preciso no tema proposto para o presente estudo.

O município de Colombo se destaca dos demais municípios pertencentes à Região Metropolitana de Curitiba pelo seu potencial endógeno de lazer e turismo, ou seja, através do Circuito Italiano de Turismo Rural valorizam-se no município de Colombo, de forma conjunta, os fatores étnico e rural da região bem como “o fazer humano dos descendentes de imigrantes de italianos que se estabeleceram na região de Colombo, como o cultivo da uva, a fabricação do vinho, a agricultura das pequenas propriedades, as festas, seus usos e costumes” (CAMARGO, 2007, p.14). Importa ainda acrescentar que a atividade turística no município de Colombo surgiu como estímulo à permanência do agricultor no campo, e atualmente contribui na geração de renda e emprego à comunidade e empreendedores locais.

Outro motivo que justifica a escolha do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR centra-se no incremento do turismo no município de Colombo nos

últimos anos, representado principalmente pelo aumento no número de turistas e inserção de novos empreendimentos no roteiro.

Os dados dessa experiência prática poderão servir de subsídio a respeito do funcionamento de um aglomerado de turismo, pois contém informações e experiências úteis para compreensão da rede de cooperação entre atores no fomento e desenvolvimento do turismo de uma localidade. Analisando-se a região do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, pode-se afirmar que a rede de cooperação e o desenvolvimento do turismo devem envolver uma metodologia que respeite as características culturais, econômicas, sociais, ambientais e políticas da localidade (BIESEK, 2004).

Fica evidente que ao se valorizar as pesquisas em torno da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) no setor do turismo, permite-se ampliar a percepção de que a rede de cooperação é recomendável aos aglomerados que têm como objetivo comum o turismo, pois oferece condições de configurar um modelo de crescimento e desenvolvimento socioeconômico de uma região (MORETTO NETO; AGOSTINI, 2005).

#### 1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente estudo encontra-se dividido em cinco capítulos. No primeiro, o qual engloba a introdução, inserem-se informações sobre a temática abordada aliada a identificação do problema, objetivos e justificativa da pesquisa. No segundo capítulo faz-se a abordagem sobre a base teórico-empírica, a qual fundamenta a pesquisa. Neste capítulo, primeiramente são promovidas considerações e definições sobre o desenvolvimento, desenvolvimento local e desenvolvimento do turismo. Ao mesmo tempo apresentam-se dados atinentes aos indicadores de desenvolvimento do turismo local, nas dimensões econômica, social e ambiental, com o intuito de perceber as relações que podem ser estabelecidas entre a rede de cooperação em aglomerado de turismo e o desenvolvimento do turismo da localidade.

Na segunda seção deste capítulo inserem-se apontamentos referentes à Teoria de Aglomerados de Porter (1999), aliados ao modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional. Enfatiza-se também o estudo de aglomerados quanto à realidade do turismo. A seção seguinte ressalta a definição de redes de cooperação e sua contextualização com a atividade turística.

O terceiro capítulo pauta-se na apresentação dos procedimentos metodológicos que conduziram a pesquisa. Em paralelo promove-se o detalhamento acerca das principais etapas seguidas durante o estudo: perguntas de pesquisa, categorias de pesquisa (definições constitutivas e operacionais), definição de termos relevantes, delineamento e design da pesquisa, fontes e coleta de dados, definição da população e amostra, instrumento utilizado para o levantamento dos dados, tratamento e análise dos dados obtidos.

No que se refere à fase de análise dos dados, há de se destacar que a mesma será exposta no quarto capítulo, tendo como base a pesquisa realizada com os atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, cujos resultados são confrontados com o referencial teórico. Por fim, apresentam-se as considerações finais e as proposições para estudos futuros no quinto e último capítulo.



## 2 BASE TEÓRICO-EMPÍRICA

O presente estudo parte da premissa de que é preciso, para sustentação teórico-empírica, apresentar conceitos e explicações dos principais itens que compõem o tema de pesquisa, os quais são frutos de uma revisão bibliográfica, aliada à análise dos contextos que se fizerem necessários.

Num primeiro momento abordam-se os termos desenvolvimento, desenvolvimento local e desenvolvimento do turismo. Esta etapa tem a pretensão de demonstrar as percepções existentes, por parte dos pesquisadores da área, a respeito do conceito do termo desenvolvimento, o qual não deve ser visto somente sob a ótica global, mas sim no contexto local. Além disso, é útil apontar os parâmetros de estudos sobre o desenvolvimento do turismo, destacando os elementos associados ao mesmo, ou seja, economia, sociedade e meio ambiente (CUNHA; CUNHA, 2006).

Na segunda etapa discorre-se sobre a Teoria dos Aglomerados de Michael Porter (1999), passando pelas teorias antecedentes que sustentaram a abordagem específica da Teoria dos Aglomerados, a qual será base do presente estudo. Insere-se ainda o conteúdo sobre o Diamante da Vantagem Competitiva Nacional.

Em seguida comenta-se sobre a definição de aglomerados para apoiar então a conceituação de aglomerados de turismo. Dessa forma torna-se mais evidente a possibilidade de sustentação da pesquisa no Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR. O último tópico trata das redes de cooperação e sua contextualização com a atividade turística.

### 2.1 DESENVOLVIMENTO

A presente seção tem como propósito apresentar o conceito de desenvolvimento e os distintos enfoques teóricos relacionados ao tema. É importante esclarecer que também será realizada a abordagem sobre a relação entre desenvolvimento e crescimento, bem como a definição de desenvolvimento no

contexto espacial. Em seguida serão analisadas questões sobre o desenvolvimento local com o intuito de privilegiar a posterior discussão sobre desenvolvimento do turismo.

### 2.1.1 Conceito e enfoques teóricos sobre o desenvolvimento

A idéia de desenvolvimento surge como foco central da política oficial de distintas localidades. Os debates e críticas de abrangência internacional, realizados pelos especialistas, podem ser vistos como uma tentativa em busca de um consenso sobre a real definição e concepção de desenvolvimento aliada a compreensão das estratégias existentes para alcançá-lo na prática (WOLFE, 1976). Nesta perspectiva complementa-se que “a idéia de desenvolvimento não é tão óbvia ou isenta de disputa e controvérsia quanto se pode imaginar” (SOUZA, 2000, p.18).

Tomando-se como ponto de partida a constatação de que “não existe uma definição universalmente aceita de desenvolvimento” (SOUZA, 2000, p.16), é possível verificar a utilização indiscriminada do termo por parte dos indivíduos. Merece ser ressaltado que o desenvolvimento é carregado de conotações e seu conceito influencia o pensamento e comportamento humano (ESTEVA, 2000). Na compreensão de Ferreira (1993), o estudo a respeito do desenvolvimento fundamenta-se nas próprias perspectivas de cada especialista conforme seu campo de atuação (sociólogos, antropólogos, economistas, historiadores, demógrafos e cientistas políticos), acarretando distintas interpretações sobre o termo.

Coloca-se em evidência que a ausência de uma única definição do termo desenvolvimento que sintetize as suas reais idéias traz como consequência a existência de distintas correntes de pensadores, as quais abordam o desenvolvimento por meio de diferenciados ângulos (SOUZA, 1995). Portanto, *a priori*, torna-se necessário realizar um levantamento histórico sobre as diferentes abordagens do termo desenvolvimento de forma a sustentar a compreensão sobre as correntes existentes no estudo sobre o desenvolvimento, principalmente aquelas que relacionam o desenvolvimento à visão de crescimento (ESTEVA, 2000).

Sob esta perspectiva, a primeira questão que deve ser apresentada é a abordagem do termo desenvolvimento na linguagem coloquial, isto é, onde o desenvolvimento aproxima-se da idéia do movimento de um objeto ou organismo buscando a sua forma completa, amadurecida e natural. A partir disso constata-se que as primeiras abordagens sobre o desenvolvimento inseriram-se, principalmente, no campo da biologia. O mesmo era utilizado de forma metafórica como modo de se explicar o crescimento natural de animais e plantas, ou seja, a evolução dos seres vivos (ESTEVA, 2000). Verifica-se que no período compreendido entre 1759 e 1859 os “cientistas começaram a usar evolução e desenvolvimento como sinônimos” (ESTEVA, 2000, p.62).

O uso do conceito desenvolvimento não se restringiu somente ao campo biológico e natural. Ainda no século XVIII o termo começou a ser empregado na esfera social, com a conotação metafórica de processo gradual de mudança social. Além disso, em torno de 1800, o uso da idéia de desenvolvimento como verbo reflexivo, ou seja, o autodesenvolvimento veio à tona, sinalizando que o sujeito humano é o autor do seu próprio desenvolvimento (ESTEVA, 2000).

A palavra desenvolvimento inseriu-se na linguagem popular no século XIX. A grande variedade de conotações existentes a respeito do termo favoreceu a dissolução da precisão do seu real significado (ESTEVA, 2000).

Esteva (2000) assinala que no início do século XX surgem dois novos usos para a palavra desenvolvimento: urbano e colonial. O primeiro refere-se à idéia de reformulação de áreas urbanas periféricas. Já o segundo sustentava-se na associação existente entre desenvolvimento e colonialismo, destacando-se principalmente a Lei de Desenvolvimento e Bem-Estar das Colônias, ou seja, noção britânica de desenvolvimento da região conquistada, em que o conquistador deve ser responsável pelo crescimento e bem-estar da região explorada.

No tocante às teorias sobre o desenvolvimento, Ferreira (1993) suscita que existem diversas concepções construídas por sociólogos, economistas e psicólogos-sociais a respeito do termo. Nesta perspectiva o autor destaca algumas interpretações sobre o desenvolvimento, como as de Walt W. Rostow (1953) e Hla

Myint (1954) que focam uma interpretação sócio-econômica, Lerner (1958) e McClelland (1961) baseando-se na interpretação psico-sociológica e Dobb (1965) com a interpretação econômica.

Walt W. Rostow (1953) é considerado um dos maiores economistas contemporâneos. Em 1953 introduziu o termo *take-off*, traduzido como arranco ou decolagem, para “caracterizar a atuação de uma sociedade de base agrícola para uma sociedade com base industrial” (FERREIRA, 1993, p.28). Rostow (1953) enfatiza que a produção é resultado do nível e da produtividade das forças de trabalho, terra e recursos naturais aliados aos conhecimentos científicos e organizativos existentes. Dando seqüência as idéias de Rostow (1953), verifica-se que o “ritmo de crescimento de uma economia é considerado função das mudanças que sobrevenham dessas variáveis sobremaneira complexas” (FERREIRA, 1993, p.28). Vale ressaltar que Rostow (1953) também analisa a evolução da sociedade e a divide em cinco etapas de desenvolvimento: sociedade tradicional, sociedade apresentando pré-condições para o arranco, sociedade em arranco, sociedade na era da maturidade e sociedade da era do consumo em massa.

Já Hla Myint (1954), com base no estudo “Uma Interpretação do Atraso Econômico” (1954), apresenta a distinção entre povo atrasado e povo em subdesenvolvimento. O pesquisador descreve que “por população atrasada se entende uma coletividade que não consegue, de uma maneira ou outra, sustentar com êxito a sua luta econômica para ganhar a vida” (FERREIRA, 1993, p.29). Já o subdesenvolvimento “se utiliza para abranger a noção de recursos subdesenvolvidos, não equivalente à de atraso” (FERREIRA, 1993, p.29). Permite-se considerar que, para Myint (1954), o tema essencial dos países em subdesenvolvimento concentra-se na disparidade internacional de rendas fiscais aliada à participação desigual no contexto da atividade econômica (FERREIRA, 1993).

No caso específico das interpretações psico-sociológicas do desenvolvimento, menciona-se primeiramente o pesquisador Daniel Lerner (1958), autor do livro “*The Passing of Traditional Society – Modernizing The Middle East*” (1958). Para Lerner (1958) “o desenvolvimento é a marcha para a modernização” (FERREIRA, 1993, p.31), ou seja, este é explicado baseando-se no comportamento humano de se visar

um novo estilo de vida, neste caso, a modernização. Esta situação ocorre somente na sociedade moderna, caracterizada como industrial, alfabetizada, urbana e participante, e onde também existe a capacidade de se identificar com novos aspectos do ambiente. Ao citar a hipótese de Lerner (1958) sobre o desenvolvimento, percebe-se que o mesmo é atingido quando existe a participação e um consenso entre os cidadãos (FERREIRA, 1993). Por outro lado, David Mc Clelland (1961), autor da obra intitulada “*The Achieving Society*” (1961), defende que os mecanismos que geram o desenvolvimento residem na capacidade do próprio indivíduo (FERREIRA, 1993).

Ferreira (1993) afirma a importância de se ressaltar a interpretação econômica de desenvolvimento com base na abordagem de Maurice Dobb (1965), que defende o desenvolvimento econômico como sinônimo de progresso.

Além de Ferreira (1993), Souza (1999) apresenta as principais teorias do desenvolvimento, mais especificamente as do desenvolvimento econômico embasado na visão de economistas. Em relação aos economistas clássicos, Souza (1999) destaca Adam Smith, David Ricardo e Stuart Mill.

De forma geral, o estudo dos economistas clássicos apresentava que “a grande questão do desenvolvimento é conciliar crescimento com distribuição” (SOUZA, 1999, p.123). Ou seja, “a mudança econômica depende do crescimento demográfico, dos rendimentos decrescentes da agricultura e do *conflito distributivo* entre salários, lucros, e rendas” (SOUZA, 1999, p.123). Novos patamares de crescimento e desenvolvimento econômico ocorrem a partir do deslocamento no tempo do estado estacionário, isto é, momento em que o capital, população e produto param de crescer e as taxas de lucro e salário atingem o seu nível natural.

Ao contrário dos economistas clássicos, os neoclássicos, cujo nome mais representativo é Alfred Marshall, centram a análise sobre o desenvolvimento econômico no curto prazo. Para eles não existe conflito distributivo entre os agentes econômicos, e o desenvolvimento é considerado “como um processo gradual, contínuo e harmonioso, derivado da acumulação de capital” (SOUZA, 1999, p.119).

Dentre as teorias econômicas do desenvolvimento, Ferreira (1993) destaca o marxismo. Karl Marx também aplicou o conceito de desenvolvimento como categoria central nos estudos científicos. Esteva (2000, p.63) constata que o desenvolvimento para Marx “foi revelado como um processo histórico que se desdobra com o mesmo caráter necessário das leis naturais”. Segundo Souza (1995, p.86), a concepção de desenvolvimento para Karl Marx está ligada ao aspecto econômico, sendo que “o desenvolvimento, segundo Marx, se efetua com conflito distributivo e se realiza através de uma trajetória cíclica”. Em outras palavras, “o progresso técnico produz períodos de prosperidade, enquanto as contradições internas do modo de produção provocam crises periódicas cada vez mais prolongadas, exacerbando os conflitos sociais (SOUZA, 1999, p.143)”. Marx ainda defende que os capitalistas e os trabalhadores, por serem detentores da força de trabalho, são os protagonistas do conflito distributivo.

Aludindo ao papel do indivíduo, por conseguinte, aos seus desdobramentos no campo do desenvolvimento e da inovação, convém ressaltar a visão do economista austríaco Joseph Schumpeter a respeito do desenvolvimento. Para Albagli e Maciel (2002), Schumpeter realiza, no segundo quartel do século XX, uma vinculação entre empreendedor e inovador como o agente de mudança. A inovação, compreendida por Schumpeter como “introdução de novos produtos, processo, formatos organizacionais, insumos e matérias primas” (ALBAGLI; MACIEL, 2002, p.1), é o “fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico” (AMATO NETO, 2000, p.25).

Neste cenário De Stefani (2006, p.68) observa que para Schumpeter o empresário inovador inicia “a mudança econômica e os consumidores são educados por ele, por meio de novas combinações de meios produtivos, que definem uma situação ou processo de desenvolvimento”.

Apesar do reconhecimento e apresentação dos principais pesquisadores relacionados com as teorias do desenvolvimento econômico, no presente estudo considera-se a relevância de se manter a linha de análise do desenvolvimento em um contexto mais amplo, não se restringindo apenas a uma visão econômica do termo.

A explanação preliminar da utilização do termo desenvolvimento na história e com base nas teorias sobre o mesmo permite salientar que o “desenvolvimento não consegue se desassociar das palavras com as quais foi criado: crescimento, evolução, maturação” (ESTEVA, 2000, p.64).

### 2.1.2 A noção de desenvolvimento e crescimento

Segundo Souza (1995, p.16), existem duas correntes que estabelecem dinâmicas distintas na relação entre desenvolvimento e crescimento. A primeira “[...] considera crescimento como sinônimo de desenvolvimento”. A segunda “[...] encara o crescimento econômico como uma simples variação quantitativa do produto, enquanto o desenvolvimento envolve mudanças qualitativas no modo de vida das pessoas, nas instituições e nas estruturas produtivas”.

De acordo com Ferreira (1993), a partir de 1950 constituíram-se os primeiros indicadores que serviram como medição estatística do desenvolvimento. Boisier (2001) pondera que neste período o termo ainda era considerado sinônimo de crescimento, influenciando assim a decisão de se utilizar a renda *per capita* de um país como critério de avaliação de desenvolvimento. Somente na década de 1990 utilizando o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, introduziu-se o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) como nova forma de se medir o desenvolvimento, neste caso, com o foco na população. O IDH possui três componentes: qualidade de vida, longevidade e conhecimento. De fato, essas três dimensões devem ser analisadas juntamente com os dados sobre o nível de vida da população, saúde e educação.

Partindo de tal pressuposto, Boisier (2001) defende que a complexidade de se definir desenvolvimento aliada a utilização do termo, por parte de alguns pesquisadores, como sinônimo de crescimento, deve-se a crescente subjetividade e intangibilidade do conceito assim como a medição do desenvolvimento.

Para Souza (2000) o termo desenvolvimento não pode ter a sua definição reduzida como sinônimo de desenvolvimento econômico. Wolfe (1976) corrobora

afirmando que o desenvolvimento também não pode ser identificado exclusivamente como crescimento econômico. Ferreira (1993) complementa enunciando que autores como Blardone (1962) buscam esclarecer e elucidar as diferenças existentes entre os conceitos de desenvolvimento, crescimento e progresso. Neste entendimento, Ferreira (1993, p.37) defende que “o crescimento é o aumento contínuo da produção ou do produto nacional, em um longo período de tempo”. Todavia, caso as instituições e estruturas sociais não se adaptem às exigências do crescimento, pode acontecer um crescimento sem desenvolvimento, sendo este compreendido como “a criação de um verdadeiro circuito econômico na nação, a criação de um circuito orgânico de produtos, de vendas, de inversões no interior do país e em conexão com o resto do mundo” (FERREIRA, 1993, p.37). Quando o desenvolvimento ocorre de forma desequilibrada, favorecendo certas regiões, classes ou grupos em detrimento de outros, constitui-se um desenvolvimento sem progresso, pois este “supõe o melhoramento das condições da vida para a maioria da população” (FERREIRA, 1993, p.37).

Souza (2000, p.18) salienta que o termo desenvolvimento deve “designar um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito uma sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima”. A análise cautelosa do conceito de desenvolvimento a partir de Souza (2000) permite dirigir a concepção de aumento da produção de bens e de modernização tecnológica como meios para se atingir o desenvolvimento e tornar a sociedade mais legítima.

Diante de um amplo panorama de interpretações sobre o termo desenvolvimento, cabe ainda frisar, segundo Ferreira (1993, p.39), as conotações mais relevantes sobre o termo, em que se destacam “(1) ser um processo de mudança; (2) orientado no sentido de um nível de melhor estar social e (3) de que resulte um incremento real da renda *per capita* a longo prazo”. Pode-se afirmar neste sentido que o desenvolvimento não pode ser analisado no aspecto estritamente econômico, pois o mesmo é uma maneira de se atingir a mudança social (FERREIRA, 1993).

Evidentemente, o sentido do termo desenvolvimento depende do contexto em que o mesmo é utilizado (ESTEVA, 2000). Apoiando-se na visão de



desenvolvimento defendida por Souza (2000) e Ferreira (1993), em que estes não se reduzem ao ponto de vista meramente econômico, vale contextualizar o desenvolvimento de uma forma mais abrangente, ou seja, no contexto socioespacial.

### 2.1.3 O desenvolvimento no contexto socioespacial

Segundo Souza (2000, p.18-19), entende-se o desenvolvimento socioespacial

[...] como um processo de superação de problemas e conquistas de condições (culturais, técnico-tecnológicas, político-institucionais, espaço-territoriais) propiciadoras de maior felicidade individual e coletiva, o desenvolvimento exige a consideração simultânea das diversas dimensões constituintes das relações sociais (cultura, economia, política) e também, do espaço natural e social.

Ainda cabe evidenciar que por meio da abordagem socioespacial do desenvolvimento verifica-se a capacidade das comunidades locais de identificarem os seus problemas e encontrarem soluções originais, podendo tanto se basear na sua própria experiência como na de outro grupo social (BLOS, 2000). A este respeito é oportuno destacar Boisier (2001) que assinala a viabilidade e êxito do desenvolvimento dependentes do grau de percepção das pessoas sobre o mesmo. Portanto, observa-se que para ocorrer o desenvolvimento é essencial que a sociedade o aceite e o considere como reforço e reconhecimento da sua realidade.

Diante disso observa-se a inexistência de “manuais de desenvolvimento universalmente aplicáveis” (WOLFE, 1976, p.19), visto que o processo de desenvolvimento depende diretamente das políticas, economia e autenticidade de cada local. Com base em Cavaco (2001), revela-se que o desenvolvimento não é decretado, mas sim construído. É útil refletir que o desenvolvimento não pode ser generalizado, pois as transformações que o mesmo gera não beneficiam da mesma maneira todos os espaços (POLÈSE, 1998). Por isso, deve-se considerar as “características singulares em cada país ou sociedade” (WOLFE, 1976, p.24), ou seja, os padrões históricos, valores culturais, dimensões territoriais, demografia, recursos, relações internas de poder e a sua posição no sistema internacional (WOLFE, 1976).

É salutar mencionar que a palavra desenvolvimento “sempre tem um sentido de mudança favorável, de um passo do simples para o complexo, do inferior para o superior, do pior para o melhor” (ESTEVA, 2000, p.64).

De fato o desenvolvimento fundamenta-se na interação socioespacial. Essa observação favorece a consideração necessária de que para existir o desenvolvimento de um espaço (neste caso no sentido de região, território, ambiente) implica a existência de relações entre indivíduos dentro de um determinado espaço, em que aquelas influenciam o espaço e são influenciadas por este (POLÈSE, 1998). Nessa dimensão, a percepção de desenvolvimento não se volta ao imaginário exclusivo de globalidade, sendo identificado no contexto local, ou seja, em cada espaço de forma singular (FERRARA, 2002).

A compreensão do desenvolvimento local situa-se como base ao presente trabalho, particularmente como elemento chave para sustentar a percepção sobre a importância de se promover a articulação, coordenação e integração dos atores de uma localidade, legitimando estas ações como uma dinâmica diferenciada para se agregar o desenvolvimento e oportunidade de crescimento a uma região (BIESEK, 2004).

#### 2.1.4 Desenvolvimento Local

O desenvolvimento local, enquanto foco dos debates atuais sobre as políticas em prol da organização social e econômica regional, tende a crescer na medida em que se determina como prioridade a busca por alternativas de reação e reorganização da localidade devido às transformações políticas e econômicas, as quais ocorrem em âmbito global e atingem regiões situadas em países desenvolvidos e em desenvolvimento. Ante as principais transformações, destacam-se a globalização, concorrência internacional, novos mercados, avanço da tecnologia e inovações (BOISIER, 2001; CASAROTTO FILHO; PIRES, 2001).

Para Boisier (2001) o desenvolvimento local estrutura-se em três possíveis origens. Primeiramente pode expressar a lógica de regulação horizontal, que

representa a prática dominante no processo de pré-capitalismo industrial e se baseia na dialética do centro e da periferia. Apesar de permanecer em vigor, esta lógica não é tida como dominante. Em seguida, principalmente na Europa, o desenvolvimento local é caracterizado como uma resposta à crise e à necessidade de adaptação macroeconômica, envolvendo as políticas supranacionais de ajustes implícitas na formação da União Européia. Por fim o desenvolvimento local é incentivado pela globalização e pela dialética global/local que ele implica.

No caso mais específico da globalização, considerada por Boisier (2001) a terceira matriz de origem do desenvolvimento local, Diniz (2001, p.1) assevera que a mesma “vem alterando, profundamente, as estruturas produtivas, as relações técnicas e sociais de produção e os padrões organizacionais e locacionais”. Prosseguindo na análise, verifica-se que as múltiplas situações econômicas e políticas vivenciadas na atualidade, frutos da competição capitalista, afetam a dinâmica socioespacial, permitindo destacar a necessidade de valorização dos recursos locais existentes (CAVACO, 2001; DINIZ, 2001).

Sob esta ótica, pode-se afirmar que as atividades econômicas buscam as localidades de maior lucratividade, resultando na competição entre os locais (DINIZ, 2001). Surge “[...] então a iniciativa de despertar a localidade para suas potencialidades” (CORAZZA, 2000, p.108).

Casarotto Filho e Pires (2001) expõem que aliado ao contexto da globalização e competitividade entre locais, vislumbra-se a realidade de regionalização. Para Pinho, Cortês e Fernandes (2005) a constituição de regiões é compreendida como resposta direta, particular e até mesmo local ao contexto global de acumulação capitalista. A regionalização contempla uma perspectiva concentrada nos atores locais, os quais dentro da visão de trabalho articulado, focam suas ações nos interesses sociais da região e também na conquista de vantagens competitivas, tão necessárias para consecução de atividades no processo de globalização (CASAROTTO FILHO; PIRES, 2001).

Diniz (2001, p.3) alude à globalização como processo contraditório, pois ela não se estrutura somente em forças internacionais unificadoras, contudo permite

“um fenômeno novo que é a possibilidade da articulação do ‘local’ ao ‘global’”. Até mesmo porque a globalização pode avolumar os contrastes entre as regiões de um mesmo país, favorecendo a competição entre as localidades. Neste cenário, Diniz (2001, p.3) salienta que

no bojo desta relação dialética que combina o hiper-espço da circulação do capital com a recriação da localidade ressurgem o discurso acadêmico e a prática política da ação local na busca da construção econômica e social redefinindo o lugar da localidade como locus da vida econômica e social.

É a partir destas constatações que se denota a globalização, uma vez considerada fenômeno contemporâneo, caracterizada por não ser capaz de eliminar os contextos sociais e institucionais locais até mesmo porque a mesma “reforça a importância dos tecidos locais” (DINIZ, 2001, p.4).

Cavaco (2001) aponta para constatação de que as estratégias de desenvolvimento local associam-se às referências de identificação das potencialidades locais, mobilização de recursos próprios e valorização do agente local como protagonista da estruturação necessária para se atender às necessidades da própria região. Em paralelo se estabelece que as políticas de desenvolvimento local devem contemplar as localidades como espaços ativos. Em outras palavras, o desenvolvimento de uma localidade dependerá da sua capacidade de se especializar na atividade que lhe promova vantagens competitivas, nos esforços de aprendizado e inovações (DINIZ, 2001).

Diante das várias leituras a respeito do desenvolvimento local, destaca-se a definição apresentada por Cavaco (2001, p.98) a qual afirma que

O desenvolvimento local assenta na revitalização e diversificação da economia, capaz de fixar e atrair populações, de ocupar a população potencialmente ativa, com êxito econômico, profissional e social, de valorizar produções, de renovar as habitações e as aldeias, de assegurar melhores condições de vida.

Segundo Blos (2000, p.203), o desenvolvimento local simboliza “um abandono da passividade ou da resignação, iniciando um esforço para aproveitar, dentro da margem disponível, os recursos sobre os quais é possível assentar a geração de empregos e de excedentes”. É essencial que no desenvolvimento local se utilizem os recursos ociosos ou se recuperem as oportunidades de se recriarem

as atividades produtivas existentes a partir da aplicação e uso de “novas tecnologias, a reorganização do processo produtivo, as mudanças da demanda, a melhoria das condições de comunicação e transporte e, entre outras iniciativas mais, o acesso a novos mercados” (BLOS, 2000, p.204).

Uma outra abordagem sobre o desenvolvimento local é apresentada por Buarque (1999), onde o desenvolvimento local é um processo endógeno de mudança que ocorre em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos, beneficiando a qualidade de vida da população e promovendo o dinamismo econômico no local. Ainda conforme o autor, o desenvolvimento local precisa contemplar as potencialidades locais de forma a favorecer as oportunidades sociais, viabilidade e competitividade da economia local, visando também a conservação dos recursos naturais locais.

No estudo de Blos (2000) sobre desenvolvimento local, o autor também o analisa em relação às pequenas cidades e áreas rurais, sendo que estas têm a possibilidade de atingir satisfatórios níveis de desenvolvimento a partir da “utilização de recursos locais, no impulso às atividades tradicionais existentes ou no início de novas” (BLOS, 2000, p.203). Por conseqüência, é salutar mencionar Boisier (2001) que explica a necessidade de se analisar o local com base no espaço em que o mesmo se insere, ou seja, se está inserido em um município, província, região ou nação. Vale ressaltar que Boisier (2001), com base em Buarque (1999), afirma que o conceito de desenvolvimento local pode ser empregado em distintos cortes territoriais e aglomerados humanos de pequena escala, isto é, desde comunidades, micro-regiões homogêneas de porte reduzido e municípios. Portanto, o desenvolvimento de um município é um caso de desenvolvimento local.

Para tanto, cabe ressaltar que no presente trabalho o termo local será considerado de acordo com as definições estabelecidas por Diniz (2001, p.3-4), onde o mesmo é empregado

como conceito multifacetado, envolvendo escala (tamanho/dimensão), diferença/especificidade, autonomia, nível de complexidade. Ele é também identificado com a idéia de lugar ou de região, como porção do espaço onde as pessoas habitam, realizam suas práticas diárias, ocorrem as transformações e a reprodução das relações sociais, a construção física e material da vida em sociedade.

Nesta perspectiva evidencia-se a importância de se complementar a visão de local apresentada por Cavaco (2001) com a de Boisier (2001) que o define como um território em que se valorizam os contatos interpessoais bem como as tradições familiares e sociais.

As informações apresentadas por Cavaco (2001), Blos (2000), Boisier (2001) e Buarque (1999) permitem tecer algumas considerações sobre o desenvolvimento local. Observa-se que a organização e mobilização da sociedade local são indispensáveis para se atingir o desenvolvimento, não podendo se limitar a um enfoque apenas econômico. Deste modo, a região deve fomentar as próprias potencialidades para agregar valor e gerar riquezas locais, permitindo que esta seja capaz de reter os excedentes econômicos gerados na economia local ou até mesmo atrair os excedentes provenientes de outras regiões. Ou seja, utilizando-se da governança das instituições públicas locais devem-se estruturar ações para reverter os excedentes acumulados em investimentos sociais e estratégicos à região. Contudo, a organização da sociedade é fundamental para orientação dos investimentos públicos e das políticas locais.

Visando um aprofundamento em torno dos estudos relativos ao desenvolvimento local, cabe relatar que o termo local é empregado em uma situação diversificada nos estudos de Casarotto Filho e Pires (2001). Tal observação se faz necessária quando se pretende delinear o sistema produtivo local, também chamado de sistema econômico local, como alternativa de enfrentamento à globalização. O sistema econômico local é entendido como um sistema microrregional competitivo, o qual estabelece um relacionamento aberto com o mundo e concentra-se nos interesses sociais locais. Dessa forma, o planejamento para o desenvolvimento de um sistema econômico local contempla a formação de aglomerados competitivos e a criação de mecanismos de integração entre os agentes, isto é, enfatiza-se a solidariedade entre os atores e privilegia-se não somente a competitividade, mas também a qualidade de vida na região.

#### 2.1.4.1 Os atores sociais e o desenvolvimento local

Ao analisar o desenvolvimento local com base na interação e integração entre comunidade e as entidades públicas e privadas, Beni (2006) tece alguns apontamentos sobre a definição de atores, afirmando que estes são as pessoas que ocupam e compõem uma área de abrangência delimitada, determinando o espaço social da comunidade. Realça-se que dentro da área de abrangência de uma comunidade ou um local, os atores participam “de processos, atividades e ações continuadas por meio das suas potencialidades humanas, técnicas e científicas” (BENI, 2006, p.65) os quais visam à gestão participativa e a geração de informações entre a comunidade e os demais agentes locais.

De acordo com Iacono e Nagano (2007), é possível encontrar distintos estudos e abordagens sobre o desenvolvimento local aliado a visão de aglomerados. Vale ressaltar a existência de diferentes conceitos e elementos teóricos que envolvem os mesmos. Em algumas abordagens os elementos atores e agentes são utilizados com sentido semelhante.

Candiotto (2007), analisando as distintas realidades e formas de atuação dos agentes em prol do fomento ao desenvolvimento local, salienta que a definição de atores é dotada de uma grande complexidade. Com base em Silva J. (2004) percebe-se que a compreensão de atores encontra-se relacionada com a leitura sobre redes, aglomerados e *clusters*. Na metodologia de aglomerados e *clusters* salienta-se que o conjunto de atores atuantes numa localidade é formado pela sociedade, governo e iniciativa privada (SILVA, 2004). No entanto, no estudo de Stacke (2008) a classificação dos atores sociais no turismo é apresentada com base em um recorte conceitual em aglomerado territorial e setor turístico.

Como forma de se minimizar os conflitos existentes sobre a real definição de agentes e atores, especialmente na concepção do turismo, consolida-se no presente trabalho a concepção de atores sociais do turismo como indivíduos ou organizações envolvidos na promoção e sustentação das ações conjuntas que propiciem o desenvolvimento do turismo em uma determinada região (BENI, 2006; STACKE, 2008).

Candiotto (2007) destaca como agentes públicos: governos estaduais, prefeituras, universidades, órgãos federais e estaduais e privados: empresas relacionadas ao *trade*<sup>1</sup> turístico, empreendedores locais, entidades de apoio e associações. Todavia, para descrição dos atores sociais do turismo no presente estudo, utilizar-se-á como base a relação apresentada por Stacke (2008), conforme quadro 1.

No presente estudo, vale ressaltar, os atrativos turísticos de responsabilidade do governo municipal estarão inseridos no setor público. Com base em Candiotto (2007), o atrativo turístico será considerado, neste trabalho, de forma distinta ao empreendimento turístico, isto é, aquele será caracterizado como uma construção arquitetônica ou elemento da natureza (igrejas e parques públicos) cujo gerenciamento é do setor público. Já os empreendimentos turísticos serão representados pelos estabelecimentos que visam lucro com o turismo e cuja gestão é do setor privado. As entidades referem-se às organizações de apoio do aglomerado.

Quadro 1 Classificação dos atores sociais no turismo

SETOR PRIVADO	SETOR PÚBLICO	ENTIDADES
Meios de hospedagem, restaurantes, bares e similares, entretenimento, e receptivo turístico, etc.	Órgãos: municipal, Estadual, regional e federal do turismo.	ONGs de fomento ao turismo, associações de classe ligadas ao turismo, Conventions e Visitors Bureau, associações empresariais e outros.

FONTE: Stacke (2008, p.51).

Antes de se prosseguir com a reflexão sobre aglomerados, é salutar mencionar que o desenvolvimento local requer esforços de fomento da interação entre os atores locais, já que “a cultura social representa o principal nó estruturante de todo o processo” (CASAROTTO FILHO; PIRES, 2001, p.107) ligado ao desenvolvimento. Neste processo incluem-se a confiança e moralidade dos atores (DINIZ, 2001). Dessa forma, explicita-se que o desenvolvimento local necessita de

<sup>1</sup> Conjunto de agentes, operadores, hoteleiros, transportadores e prestadores de serviços turísticos (CANDIOTTO, 2007, p.1)



mecanismos que sensibilizem e estimulem os atores de um território, os quais podem ser representados pelos planos e projetos estratégicos orientados ao desenvolvimento local. Ainda, considerando os desdobramentos dos planos e projetos ligados ao desenvolvimento de uma localidade, Casarotto Filho e Pires (2001, p.109) enunciam que “os planos ou projetos devem partir de uma análise ambiental e relacional, desenhada de acordo com necessidades específicas, do desenvolvimento de um diagnóstico concreto, com objetivos também específicos”.

Convém mencionar quanto aos planos e projetos de desenvolvimento local a necessidade de: estabelecer as estratégias de ação local de maneira participativa e interativa entre os atores; incentivar os estudos de viabilidade econômico-financeira de cada subprojeto e monitorar as ações e atividades prenunciadas no projeto geral de desenvolvimento local (CASAROTTO FILHO; PIRES, 2001).

A partir de um prisma mais econômico, Diniz (2001, p.4) salienta que os planos e projetos de desenvolvimento local devem fundamentar-se nas práticas institucionais locais, pois com a valorização da localidade

[...] aumentam as transferências das negociações capital-humano da instância nacional e coletiva, com a quebra das legislações nacionais, para a localidade, a empresa, a firma, os indivíduos, tornando a localidade o lugar de regulação e organização institucional.

De posse dessas informações, Casarotto Filho e Pires (2001, p.110-111) apresentam em seus estudos alguns dos principais objetivos relacionados aos planos ou projetos de desenvolvimento local, os quais aparecem sistematizados no quadro 2.

Quadro 2 Principais Objetivos Gerais Relacionados aos Planos ou Projetos de Desenvolvimento Local

<b>PRINCIPAIS OBJETIVOS GERAIS RELACIONADOS AOS PLANOS OU PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL</b>
1) Visar, primeiramente, os aspectos emergenciais, de forma a evitar tanto a degeneração como a desagregação econômica, política, cultural e social local.
2) Qualificar os agentes participantes do processo de desenvolvimento local.
3) Identificar quais são as potencialidades da localidade ou região.
4) Impulsionar a qualidade, valorização e formação de uma consciência cultural local.
5) Tratar dos aspectos organizativos associativos das distintas instâncias de poder e de representatividade social. Gerar estratégias que impeçam a fragmentação da representatividade civil.
6) Apresentar ações para desenvolver e consolidar pólos.
7) Avolumar a atuação dos serviços sociais com estruturas locais e de exigências às instituições macrorregionais.
8) Privilegiar a garantia da sustentabilidade ambiental.
9) Estruturar um ambiente local que seja atrativo aos investimentos tanto dos atores locais quanto dos atores externos.
10) Atribuir ao local e as empresas inseridas neste a capacidade de formulação e implementação de ações concorrenciais que promovam a ampliação e conservação de uma posição sustentável das mesmas no mercado.
11) Instituir mecanismos comuns para determinação da qualidade, oferta e comercialização dos produtos locais.
12) Favorecer a concordância política de negociação em relação às estruturas macrorregionais visando à garantia de que os investimentos estejam de acordo com os planos locais.

FONTE: Adaptado de Casarotto e Pires (2001).

Diante deste quadro verifica-se, com base em Amaral Filho (2001), que as estratégias de desenvolvimento de um local não podem ser generalizadas a todas as regiões, visto que se deve privilegiar o modelo produtivo de cada localidade. Dessa forma é pertinente salientar a relação entre desenvolvimento endógeno e desenvolvimento local apresentada por Boisier (2001). O desenvolvimento endógeno, caracterizado como a capacidade de se inovar a nível local, é resultado de um processo de articulação entre os atores locais e as mais variadas formas de capitais intangíveis, ou seja, privilegia-se a visão do coletivo. O enfoque de interação entre atores públicos e privados em prol de uma sinergia local, base do desenvolvimento endógeno, também pode ser atribuída ao desenvolvimento local, visto que para Boisier (2001), o desenvolvimento local é sempre um desenvolvimento endógeno.

Beni (2006) também salienta, com base no desenvolvimento endógeno, que o território é o agente de transformação e não apenas um suporte às atividades econômicas. Tal observação faz com que se perceba que o potencial de

desenvolvimento local também se concentra nos recursos humanos, institucionais, culturais e econômicos da região.

As políticas industriais locais podem ser vistas como orientadoras da construção de uma rede de relações entre os atores que confere o crescimento por meio do conhecimento mútuo e ações coletivas. A análise das redes de relações entre atores é de suma importância nos estudos relacionados ao desenvolvimento local, pois estas são capazes de, juntamente com a cooperação, possibilitar vantagens e potencialidades de desenvolvimento de uma região (CASAROTTO FILHO; PIRES, 2001).

Pelo fato da perspectiva de integração em redes ser identificada como fator determinante na dinâmica industrial, é possível vislumbrar teorias voltadas a explicar a importância de se enfatizar a proximidade geográfica, flexibilização dos processos de organização produtiva e aumento da relação de cooperação com as demais empresas inter-relacionadas e instituições correlatas dentro do contexto de desenvolvimento local. Dentre as teorias, merece destaque a Teoria dos Aglomerados de Porter (1999), a qual mais se aproxima aos objetivos do presente trabalho. Assim os aglomerados e a visão em rede desempenham um papel de destaque no desenvolvimento local, pois asseguram maneiras de integração e sinergias entre os atores locais (DINIZ, 2001; PINHO; CORTÊS; FERNANDES, 2005; PORTER, 1999).

Muito embora haja uma tendência a visualizar o contexto de trabalho em redes e a formação de aglomerados como acontecimentos restritos ao setor industrial, deve-se salientar, com base em Biesek (2004), a necessidade de se voltar a atenção ao setor de serviços, em especial ao turismo, pois “a formação de aglomerados constitui-se num mecanismo que poderá auxiliar na resolução de problemas enfrentados pelas empresas, especialmente do segmento turístico, e proporcionar o desenvolvimento econômico e social da região” (BIESEK, 2004, p.72).

Sob a alegação de Biesek (2004) sobre as vantagens dos aglomerados e da atividade turística para elevação da competitividade local, o turismo pode ser considerado uma atividade positiva e uma alternativa ao desenvolvimento local

(BENEVIDES, 2000; DIAS, 2003). Por isto mesmo, frente ao notável crescimento dos debates relacionados ao turismo como possível vetor do desenvolvimento local, é essencial buscar um aprofundamento em torno dos conceitos relativos ao desenvolvimento do turismo.

#### 2.1.5 Turismo e Desenvolvimento

A reflexão sobre o tema desenvolvimento do turismo não é uma ação que se permite facilmente atingir conclusões definitivas, visto que o tema é considerado híbrido. Assim sendo, os estudos que objetivam empregar o desenvolvimento do turismo como foco central de análise devem, desde o primeiro momento, atentar para a inexistência, até então, de uma base teórica sólida sobre o mesmo. Nesta perspectiva, verifica-se que os estudos que se delineiam neste campo devem inserir o entendimento de duas literaturas: turismo e desenvolvimento, haja vista que são poucos os exemplos de pesquisas que contemplam a combinação de desenvolvimento e turismo em um único campo de estudo (DANN, 2002).

Silva (2003) acredita que a temática desenvolvimento e turismo tem sido percebida em distintos ângulos, pois a relação entre os mesmos ocorre por meio dos modelos e teorias já conhecidos nas Ciências Sociais, especialmente na Economia, Geografia, Antropologia e Sociologia. Assim sendo, o autor considera a necessidade de um esforço dos próprios pesquisadores do turismo em ampliar os aspectos e análises sobre desenvolvimento, turismo e, conseqüentemente, desenvolvimento do turismo.

Dann (2002, p.25) defende que “o desenvolvimento do turismo, da mesma forma que o próprio turismo, ainda se encontra no estágio inicial do seu avanço teórico”. Dessa forma, visando o aprofundamento na questão do desenvolvimento do turismo, procurar-se-á, primeiramente, delinear os conceitos fundamentais sobre o turismo, ressaltando que a sua definição sofre influência do dinamismo da própria atividade (IGNARRA, 2003).

### 2.1.5.1 Turismo

Caracterizado com um dos principais setores socioeconômicos mundiais, o turismo é considerado uma atividade importante e de grandes proporções. Evidencia-se, dessa forma, que tanto o lazer quanto o turismo vêm recebendo atenção crescente na atual conjuntura, pois “[...] as viagens turísticas ocupam lugar de destaque nas relações econômicas, sociais e políticas da sociedade” (LAGE; MILONE, 1996, p.22). A partir dos dados extraídos das pesquisas realizadas pelo Ministério do Turismo do Brasil em 2006, verifica-se uma forte relação entre o ambiente econômico mundial e a progressão do turismo, pois o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) reforça o avanço da atividade turística. Conforme apontado pelo Ministério do Turismo do Brasil (2006), no período de 1975 a 2000 o turismo mundial registrou uma taxa média anual de crescimento de 4,4%. Já o crescimento econômico médio mundial, no mesmo período, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano. O Ministério do Turismo do Brasil (2007, p.19) complementa que

As chegadas internacionais de 2006, em todo o mundo, foram da ordem de 842 milhões de turistas, o que significa um crescimento médio anual de acima de 6% desde 1950, quando se registrou um total de 25 milhões de chegadas internacionais. O mercado das viagens representou, em 2004, em torno de 30% do total das trocas internacionais de serviços comerciais, constituindo um dos seus maiores componentes.

A perspectiva de avanço do turismo também é reconhecida e valorizada no Brasil, já que o crescimento da atividade turística no país é considerado superior à média mundial. Um dos resultados que registra e exemplifica o desempenho da atividade turística brasileira é apresentado pelo Ministério do Turismo do Brasil (2006), através da análise do aumento dos índices de chegadas de turistas estrangeiros no país no período de 2004 a 2005. O crescimento a nível internacional neste período foi de 5,5%. Já no Brasil o crescimento foi de 12,5%, bem acima da média mundial.

Enfocando-se, mais especificamente, o Estado do Paraná, nota-se que “a receita gerada pelo turismo em 2000 foi de US\$554 milhões e em 2007 chegou a mais de US\$2,2 bilhões. O gasto médio do turista no Paraná também vem aumentando desde 2000, atingindo US\$61,40 em 2007 (SETU, 2008).

Um outro aspecto a ser ressaltado diz respeito aos resultados de crescimento apresentados pela atividade turística mundial, positivos para geração de emprego e renda, decorrentes da capacidade potencial da atividade em propiciar ocupação. Observa-se que, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), “aproximadamente, de 6 a 8% do total de empregos gerados no mundo depende do turismo” (MTUR, 2006).

Apesar do reconhecimento do turismo como campo de estudo merecedor de considerações acadêmicas, ainda é possível verificar distintas definições a respeito do mesmo (COOPER *et al.*, 2001; IGNARRA, 2003, OMT, 2003). Quanto ao estudo acadêmico do turismo, Cooper *et al.* (2001, p.41) mencionam que

Há um dilatado campo de estudo no qual ele está exercendo influência e se firmando. Há também um perceptível movimento em relação à educação continuada e mais elevada para estabelecer o turismo como uma área de estudo reconhecida e um compromisso, em todos os níveis educacionais, a fim de promover progressos no desenvolvimento do setor, de modo organizado e estruturado.

Conceituar o termo turismo é uma atividade conflituosa, já que é visível a ausência de uma definição universalmente aceita. Ao longo do desenvolvimento do turismo, vários pesquisadores procuraram estudar as suas principais características, impactos e enfoques. Assim, Martinez (2005, p.109-110) afirma que

Essa falta de definições aceitas universalmente e de concepções que permitam a representação adequada do turismo têm sido as dificuldades mais significativas para conseguir entender com clareza os contornos do fenômeno e permitir abordar seu estudo com maior eficácia e de modo mais integral.

Reconhecendo a complexidade do tema, contempla-se a importância da abordagem interdisciplinar no estudo do turismo possibilitando um avanço na compreensão do seu significado. Mesmo sendo inegável a existência de definições distintas sobre o turismo, Dantas (2002) considera o turismo como fenômeno com preponderância social, pois podem ser observadas nos conceitos apresentados as idéias: homem, espaço e tempo. A partir dessas considerações, para Dantas (2002) encontram-se quatro elementos importantes na compreensão do turismo: as pessoas, suas viagens, os destinos e o período de permanência.

Para Beni (2001), a conceituação de turismo não pode se limitar a uma única e simples definição visto que o fenômeno pode ocorrer em diferentes campos de estudo e ainda pode ser verificado em distintos contextos da realidade social.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2003, p.20), a definição de turismo compreende “as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permaneçam por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos”. Oportunamente, Ignarra (2003) assevera que o turismo é uma junção de atividades, serviços e indústrias as quais se relacionam com a ocorrência de uma viagem. Nesta perspectiva incluem-se os meios de transportes, alojamentos, serviços de alimentação, locadoras de veículos, espaços para eventos, estrutura de entretenimento, entre outros.

É por esta razão que Ferretti (2002) salienta os elementos que são destacados nas definições sobre turismo. Em primeiro lugar, observa-se a existência de um movimento físico dos turistas a lugares distintos daqueles em que residem. Em seguida destaca-se que a permanência no destino é apenas por um período de tempo determinado. O terceiro ponto descrito por Ferretti (2002, p.13) é que o turismo “engloba tanto a viagem quanto as atividades que os turistas desenvolverão no local a que se destinam”.

Por fim verifica-se que o turismo compreende tanto os produtos como os serviços oferecidos para satisfazer às necessidades dos turistas, independente das razões que motivaram a viagem. Complementando, Candiotto (2007) afirma que os empreendimentos voltados ao turismo visam o lazer, recreação, descanso ou qualquer outra atividade ligada ao contexto turístico.

Contudo, há de se ressaltar quem são os consumidores dos serviços turísticos (IGNARRA, 2003; OMT, 2003). Na leitura da Organização Mundial do Turismo (2003), verifica-se a necessidade de diferenciar turista de visitante de um dia. Aquele é considerado “um visitante que permaneça, no mínimo, uma noite em acomodações coletivas ou privativas no local visitado” (OMT, 2003, p.22). Já o

visitante de um dia é caracterizado como “um visitante que não pernoite em acomodações coletivas ou privativas no local visitado” (OMT, 2003, p.22).

Fazendo-se uma leitura do turismo, Beni (2006) reforça alguns conceitos fundamentais, como recurso e produto turístico. Ignarra (2003) salienta que os recursos turísticos são os atrativos que compõem a matéria-prima do produto turístico, ou seja, “[...] são os elementos disponíveis na localidade turística ou com potencial turístico passível de ser explorado de acordo com a legislação vigente” (BENI, 2006, p.93). Em relação ao produto turístico, Lage e Milone (1996, p.31) ressaltam que “é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo”. Isto é, o mesmo é formado pelos elementos: transporte, alimentação, alojamento e entretenimento. Beni (2006, p.93) complementa destacando que o produto turístico “é o resultado final dos equipamentos e serviços agregados aos recursos, capaz de satisfazer as necessidades de uma demanda específica, podendo ser adquirido ou usufruído por esta”.

De acordo com a definição de turismo apresentada pela Organização Mundial do Turismo (2003), Ferretti (2002) também descreve a necessidade de se distinguir dois elementos básicos do turismo. Primeiramente tem-se a demanda turística, caracterizada como a quantidade de produtos turísticos adquiridos ou que podem ser adquiridos por um público. Já a oferta turística é o “conjunto de produtos, serviços e organizações oferecido ao turista em determinado destino turístico” (FERRETTI, 2002, p.14).

A interação entre oferta e demanda turística ocorre em um determinado espaço geográfico (TRIBE, 2000). Beni (2001) compreende que cada núcleo receptor possui uma vocação turística que deve ser trabalhada. Neste cenário o turismo pode ser viabilizado nos grandes centros urbanos, locais com expressivo patrimônio histórico-étnico-cultural, como também em áreas rurais onde se propicie ao turista um contato com o meio ambiente (BENI, 2006). Joaquim (2001) procura demonstrar, neste sentido, que o turismo pode ser desenvolvido em meio rural. Butler, Hall e Jenkins (1999) descrevem que as áreas rurais têm sido vistas e utilizadas como adequados locais para lazer e atividades turísticas. Dessa forma, mediante tal visão, faz-se necessário caracterizar o turismo nos espaços rurais.



### 2.1.5.2 Turismo rural

O turismo rural representa a atividade turística realizada na zona rural. Na área rural o turismo, a atividade agrícola e a pecuária se inter-relacionam sendo que aquele surge como alternativa à permanência do homem no campo (BUTLER; HALL; JENKINS, 1999).

Uma leitura das recentes transformações ocorridas no meio rural brasileiro e mundial permite destacar a importância das atividades não agrícolas para a expansão destas áreas, principalmente no quesito serviços, englobando assim o turismo rural. Neste contexto, vale ressaltar que atualmente o meio rural tem sido associado à qualidade de vida e considerado um espaço potencial para o desenvolvimento de atividades como o turismo e o lazer (SCHNEIDER; FIALHO, 2000; JENKINS; HALL; TROUGHTON, 1999).

O turismo rural é relativamente novo no Brasil. Rodrigues (2000, p.51) enuncia que “não há marcos precisos para datar o início dessa atividade no Brasil devido à grande extensão geográfica do país”. A imprecisão do seu conceito decorre da tentativa de se utilizar as classificações de turismo existentes no contexto europeu. A literatura europeia considera turismo rural o turismo que é realizado no espaço rural. Dessa forma, o turismo rural relaciona-se ao meio e a produção rurais.

Fazendo-se uma leitura das primeiras iniciativas do turismo rural no Brasil, verifica-se que as mesmas ocorreram na década de 1980, na fazenda Pedras Brancas, no município de Lages-SC, onde se propôs aos visitantes um dia no campo. Logo após, a intensificação da atividade atingiu todo o território brasileiro (RODRIGUES, 2000).

Parte das observações sobre a imprecisão do conceito de turismo rural decorre da constatação da dificuldade em se distinguir de maneira adequada a área urbana da área rural. Aliada a esta percepção, salienta-se que “o elemento geográfico de localização da atividade turística deve ser interpretado não simplesmente como o rural em contraponto ao urbano” (RODRIGUES, 2000, p. 53). A construção da idéia de espaço rural deve-se fundamentar nos fatores: processo histórico de ocupação do território, estrutura fundiária, características paisagísticas

regionais, estrutura agrária com destaque para as relações de trabalho desenvolvidas, atividades econômicas atuais, características da demanda e tipos de empreendimentos (RODRIGUES, 2000).

Beni (2002) destaca que o turismo rural refere-se ao deslocamento de pessoas aos espaços rurais, o qual pode ocorrer observando-se os roteiros programados ou de forma espontânea, incluindo ou não o pernoite para o aproveitamento dos cenários e instalações dos rurícolas. Paralelamente verifica-se que o turismo rural se correlaciona às atividades agrárias. Ainda cabe mencionar Candiotto (2007, p.196) o qual afirma que

o turismo rural está necessariamente vinculado às características do meio rural (produção agrícola e/ou pecuária, paisagens rurais com vegetação nativa e secundária, arquitetura rural, o contato direto com o modo de vida dos habitantes do campo e com os animais, a culinária da “roça”, entre outras).

A despeito da definição de turismo rural, Rodrigues (2000) contribui apresentando uma classificação do turismo rural no Brasil. Este é dividido em dois grupos principais: (a) turismo rural tradicional e (b) turismo rural contemporâneo.

O turismo rural tradicional traz consigo a valorização da história do país e explora os atrativos culturais e históricos. O mesmo é subdividido em duas modalidades. Primeiramente tem-se o turismo rural tradicional de origem agrícola, caracterizado pelas propriedades que historicamente constituíram-se em unidades de exploração agrária durante o ciclo do café. Neste observam-se as sedes de fazendas que são reformuladas para funcionarem como meios de hospedagem. Os visitantes encontram serviços de entretenimento como alugueis de cavalos, charretes, pedalinhos, pesque-pague, atividades lúdicas como colheita em pomares e ordenha de vaca. É possível verificar também, em alguns casos, o abandono de atividades agrárias e a não residência dos proprietários do empreendimento no local, ficando a administração do mesmo por conta de profissionais assalariados. A segunda modalidade é o turismo rural tradicional de colonização européia. Rodrigues (2000, p.64) menciona que nesta modalidade “a origem está relacionada à história da imigração européia no Brasil, principalmente nas regiões Sul e Sudeste do país [...]. Algumas fazendas apresentam instalações suntuosas. Os proprietários

residem ou não na propriedade”. O turismo é considerado complementar já que a atividade agrária é importante ao local.

O turismo rural contemporâneo é composto por equipamentos implantados a partir da década de 1970 e é concebido “como uma modalidade de turismo alternativa ao ‘modelo sol e praia’” (RODRIGUES, 2000, p.65). A primeira modalidade deste grupo é representada pelos hotéis-fazenda que são implantados na zona rural com o propósito de explorar o turismo rural. Além disso, valorizam a cultura local. Em seguida têm-se as pousadas e *spas* rurais. Aquelas são de menor porte e oferecem menos sofisticação, contudo possibilitam o contato do turista com a vida no campo. Já os *spas* rurais estão associados à saúde e constituem a visão moderna das antigas estações termais. A terceira modalidade é representada pela segunda residência campestre, caracterizada pelas chácaras de veraneio localizadas na “área rural de municípios vizinhos de grandes centros urbanos” (RODRIGUES, 2000, p.66). A quarta e última modalidade são os campings rurais, situados geralmente em áreas de significativa cobertura vegetal e que servem como meio de hospedagem a jovens e famílias com crianças.

Ao se estudar a questão do turismo, vislumbra-se que este é uma alternativa válida de desenvolvimento ao local onde está incluso (SCHNEIDER; FIALHO, 2000). O aspecto essencial a ser considerado refere-se ao aproveitamento do ambiente e da potencialidade do local onde o turismo se insere, seja este rural ou urbano. Cabe portanto discorrer sobre o desenvolvimento do turismo.

#### 2.1.6 Desenvolvimento do Turismo

Considerado um fenômeno, o turismo é diretamente afetado pelas mudanças do cenário global, as quais são nitidamente vislumbradas a partir da década de 1990, em que se destacam as inovações tecnológicas, transformações políticas e alterações socioculturais. Neste contexto, estas mudanças são tidas como influenciadoras do processo do desenvolvimento do turismo (DANN, 2002).

Neste sentido, merece destaque a idéia de Dann (2002) sobre as direções teóricas no estudo do desenvolvimento do turismo. O autor ressalta que os temas relativos ao desenvolvimento do turismo recebem pouca atenção teórica da literatura. Para fortalecer o enfoque teórico a respeito do desenvolvimento do turismo, pesquisas no setor devem ser promovidas. É salutar mencionar a existência de estratégias e abordagens referentes às pesquisas nos estudos do desenvolvimento do turismo. Apesar de consideradas distintas, todavia, as mesmas convergem à percepção multidisciplinar.

Com base em Caracristi (1998), convém salientar as formas como ocorre o desenvolvimento do turismo. Para a autora, observam-se duas formas distintas de se desenvolver o turismo. A primeira caracteriza-se pela redução do turismo “a uma ação exclusivamente empresarial voltada simplesmente ao benefício da própria empresa” (CARACRISTI, 1998, p.407), isto é, prioriza-se o lucro, e o desenvolvimento do turismo articula-se de acordo com a situação política e econômica da região.

Há de se ressaltar que o retorno obtido pelas empresas turísticas depende do local em que as mesmas se inserem, pois suas receitas variam conforme a quantidade de turistas e seus respectivos gastos na localidade em questão (MAGALHÃES, 2002). Como forma de possibilitar a diferenciação e revelar segmentos de mercado, as empresas turísticas devem observar principalmente a demanda local (PORTER, 1999). Pelo fato do desenvolvimento do turismo estar freqüentemente associado à esfera econômica, Araújo (1998, p.362) corrobora afirmando que “difícilmente faz-se referência ao aspecto social” do turismo.

Em contrapartida, a segunda forma, recomendada a qualquer localidade, fundamenta-se não somente no aspecto econômico, mas sim nos aspectos sociais, culturais e ambientais, visando contribuir com a qualidade de vida da comunidade receptora. Neste caso, o crescimento econômico e o lucro das empresas inseridas no contexto turístico são atingidos sem o “massacre da cultura, costumes e das belezas naturais locais” (CARACRISTI, 1998, p.408). Em outras palavras, o desenvolvimento do turismo deve basear-se na segunda forma, ou seja, em políticas e diretrizes que garantam o crescimento econômico aliado ao bem-estar social e à

qualidade dos recursos naturais, pois como garante Araújo (1998, p.362), o turismo é “entendido como fenômeno social atual”. Dann (2002, p.25) salienta que

O desenvolvimento do turismo [...] é uma expressão que inclui não apenas destinos, origens, motivações e impactos, mas também as ligações complexas existentes entre todas as pessoas e instituições daquela engrenagem, isto é, o sistema global de demanda e disponibilidade.

Para Rabahy (2003, p.103) cabe expandir a compreensão sobre o que é causa e efeito no desenvolvimento do turismo, já que o mesmo “é afetado por vários fatores, de naturezas bem distintas”, isto é, os fatores socioeconômicos, culturais, psicossociológicos e técnicos. Sampaio (2004) acredita que o desenvolvimento do turismo não perpassa somente na visão duodisciplinar, a qual envolve apenas a administração e a economia. Dessa forma, o desenvolvimento do turismo também deve canalizar os pressupostos das ciências humanas, sociais e naturais.

O pesquisador Silva (2003), corroborando as idéias de Sampaio (2004), vislumbra a importância em se destacar na relação entre desenvolvimento e turismo os fatores endógenos e exógenos do desenvolvimento aliados aos desdobramentos setoriais e intersetoriais. O autor considera o turismo como um sistema local-global, pois verifica-se no desenvolvimento do turismo em uma localidade a existência de “um forte enraizamento local e um dinâmico enredamento global das atividades turísticas integradas às demais atividades e setores” (SILVA, 2003, p.23). Nesta perspectiva, “o sucesso do desenvolvimento do turismo [...] dependerá de uma apreciação completa dos fatores contextuais e da forma pela qual estes são incorporados ao processo de desenvolvimento” (PEARCE, 2002, p.17). Sob este ponto de vista, defende-se a pertinência do planejamento e monitoramento permanente do turismo, pois o desenvolvimento do turismo é obtido

[...] com a continuidade de ações e com o acompanhamento das variáveis sociais e econômicas que venham a acontecer como saturação da oferta e necessidade de mudança em roteiros consagrados, sob pena de degradar e impactar de forma negativa o turismo no local (BOULLÓN, 1997 *apud* RIBEIRO, 2000, p.188).

Neste sentido, além do planejamento, o desenvolvimento do turismo depende da integração entre os setores envolvidos na atividade. O Ministério do Turismo do Brasil (2007, p.59), por meio do Plano Nacional de Turismo 2007/2010, destaca que

O desenvolvimento do turismo impõe uma permanente articulação entre os diversos setores, públicos e privados, relacionados à atividade, no sentido de compartilhar decisões, agilizar soluções, eliminar entraves burocráticos e facilitar a participação de todos os envolvidos no processo de crescimento do setor.

A articulação da atividade turística numa localidade somente pode ocorrer existindo uma harmonia entre os setores público e privado, aliada a compreensão clara das políticas de desenvolvimento e ações de curto, médio e longo prazos presentes na mesma (RIBEIRO, 2000).

A Organização Mundial do Turismo (2003) constata que as principais responsabilidades do setor público em relação ao desenvolvimento do turismo referem-se a: incentivo aos investimentos por parte da iniciativa privada, fixação de padrões aos empreendimentos e serviços turísticos, estabelecimento dos regulamentos referentes ao uso da terra e proteção ambiental, desenvolvimento e manutenção da infra-estrutura e atrativos turísticos, investimentos em marketing e educação profissional. Já o setor privado tem como principais atribuições os investimentos em serviços turísticos (hospedagem, transportes, alimentação, entretenimento), na infra-estrutura local e nos atrativos turísticos. Colabora ainda com a manutenção da qualidade na prestação de serviços turísticos formando associações turísticas privadas.

Nesta perspectiva, o desenvolvimento do turismo local depende de um concreto planejamento da atividade, cujas estratégias fundamentem-se na “eficiência econômica, equidade social e prudência ecológica” (BENI, 2006, p.97) do local. A Organização Mundial do Turismo (2003, p.25) salienta, inclusive, que o planejamento e desenvolvimento do turismo local dependem do nível de planejamento internacional do turismo, pois as organizações de turismo internacionais

[...] como a Organização Mundial do Turismo (OMT) e as suas comissões regionais estabelecem políticas e padrões turísticos globais e regionais, administram pesquisas em nível global e encorajam a cooperação entre países e entre os setores públicos e privados.

Quando se analisa o desenvolvimento do turismo local, deve-se ressaltar que os estágios do desenvolvimento exigem ações de monitoramento para um gerenciamento contínuo eficaz (OMT, 2003). Beni (2006) favorece a compreensão

sobre o planejamento do desenvolvimento do turismo ao salientar os aspectos a serem considerados nos modelos de gestão da atividade, os quais incluem a participação integrada entre os setores público e privado, conforme exposto no quadro 3. É por isto mesmo que se assevera a importância da comunidade residente também participar deste processo de planejamento, contribuindo para execução das ações propostas.

Quadro 3 Modelo de Gestão indicado ao Desenvolvimento do Turismo Local

<b>MODELO DE GESTÃO INDICADO AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL</b>
- Gestão compartilhada.
- Participação mútua em custos.
- Definição de programas e produtos de promoção turística que superem os modos tradicionais de fazê-la.
- Elaboração e promoção de produtos que conjuguem sua oferta com sua própria rentabilização.
- Identificação de todos os agentes institucionais, sociais e empresariais participantes do processo de desenvolvimento sustentável do turismo na região.
- Elaboração de um plano integrado de turismo, com estudo da viabilidade econômico-financeira dos investimentos necessários.
- Construção de um fundo de recursos para investimentos regionais e para a captação de financiamentos no mercado nacional e internacional.

FONTE: Beni (2006, p.96).

Em relação ao Brasil, Beni (2006) faz questão de frisar que o desenvolvimento do turismo demonstra-se frágil devido aos paradigmas existentes na formulação de programas e políticas visando o mesmo. Ainda é possível vislumbrar uma incapacidade institucional para gerir o turismo em diversas regiões do país, mesmo mediante as tentativas de se planejar o desenvolvimento do turismo de forma integrada. Nota-se que os Estados e Municípios encontram dificuldades para compreender e operacionalizar as diretrizes propostas nos Planos de Desenvolvimento do Turismo no Brasil (regional e local) propostos pelo próprio Ministério do Turismo do país.

O desenvolvimento do turismo merece ser analisado cuidadosamente. Para tanto procurar-se-á, no presente trabalho, enfatizar a relação turismo e desenvolvimento na perspectiva local e no meio rural, já que o turismo rural é o foco do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR (objeto de estudo do trabalho).

Candiotto (2007) procura demonstrar em seus estudos que o turismo no meio rural condiz com os princípios do desenvolvimento local. Contudo, o turismo somente poderá se constituir em um dos vetores do desenvolvimento local no meio rural quando houver, por parte dos atores sociais locais, um controle das atividades para que os benefícios gerados sejam apoderados pela comunidade local.

Desta forma, apoiando-se no ponto de vista de Sampaio (2004), o desenvolvimento do turismo será abordado, no presente estudo, levando-se em conta as dimensões econômica, social e ambiental como base dos indicadores de análise, já que o turismo deve ser visto “como fenômeno humano na sua integridade transdisciplinar com finalidade social, ambiental e, também, econômica” (SAMPAIO, 2004, p.17).

Beni (2006, p.37) enfatiza que a compreensão das três dimensões facilita o entendimento do aspecto político que envolve o desenvolvimento do turismo local, pois o mesmo materializa-se nas iniciativas locais e favorece “[...] a criação de um entorno capaz de incentivar a produção e que favorece o desenvolvimento [...]”. Portanto, é preciso estar consciente sobre as mudanças causadas pelo impulso do turismo nas relações econômicas, sociais e ambientais do local.

#### 2.1.6.1 Desenvolvimento do turismo – dimensão econômica

Para Cooper *et al.* (2001), o desenvolvimento do turismo contribui diretamente para o desenvolvimento econômico local. O impacto econômico do turismo em uma localidade dependerá do tipo de produto turístico promovido, ou seja, das suas “precondições naturais e econômicas” (RABAHY, 2003, p.60).

Beni (2006) corrobora afirmando que o desenvolvimento do turismo, na dimensão econômica, é principalmente visto por meio da geração de empregos diretos ou indiretos no destino turístico. O que se nota, portanto, é que além da geração de emprego, o desenvolvimento do turismo facilita a formação e aprimoramento profissional da mão-de-obra turística na qual se insere a comunidade local, pois a expansão da atividade depende da qualificação da mão-de-obra local.



Vale acrescentar os efeitos também na produção, renda (Produto Interno Bruto), balanço de pagamentos, relações de troca entre países, moeda e câmbio (RABAHY, 2003).

Os benefícios econômicos em uma localidade também podem ser percebidos através da integração entre as empresas e negócios locais já existentes (como a pesca e agricultura, por exemplo) na cadeia produtiva do turismo. Apesar do desenvolvimento do turismo, deve-se priorizar a não desestruturação das demais atividades econômicas inseridas e praticadas em uma localidade (BENI, 2006). Vale ressaltar que o turismo é capaz de incentivar o empresariado local a realizar investimentos no setor e nos empreendimentos turísticos locais. No caso mais específico do turismo no meio rural, Schneider e Fialho (2000, p.35) apresentam como um dos grandes benefícios proporcionados pelo desenvolvimento do turismo “a criação de mercado de consumo local para produtos de origem agrícola, oferecendo uma alternativa para complementar a renda das famílias rurais”. Isso pode ocorrer promovendo-se a aproximação entre os turistas, e potenciais consumidores destes produtos, e os agricultores.

Rabahy (2003, p.74) chega a afirmar que o desenvolvimento do turismo está diretamente ligado à questão de efeito na distribuição de renda local, já que por meio do turismo promove-se “uma distribuição espacial mais eficiente e justa dos recursos e atividades econômicas”. O autor ainda assevera que “[...] além do melhor equilíbrio regional, o turismo contribui também para um maior equilíbrio intersetorial e interpessoal” (RABAHY, 2003, p.76). Analisando-se mais a fundo a questão, verifica-se que o turismo gera a transferência de renda aos setores primário e secundário, além de favorecer a distribuição dos recursos das regiões com renda mais elevada às regiões receptoras.

Mesmo sendo inegáveis as vantagens que o turismo proporciona na economia de uma localidade, é importante também analisar as contribuições relacionadas aos quesitos sociais e ambientais. De acordo com essas considerações, Pearce (2002, p.14) reforça afirmando que

Os benefícios do desenvolvimento do turismo já foram amplamente vistos em termos econômicos, como a capacidade de o turismo gerar renda,

emprego e lucros corporativos, trazer para o país moeda estrangeira, elevar a receita de taxas e impostos, diversificar a economia e estimular o desenvolvimento regional.

Observa-se, portanto, que sempre deverão estar presentes na análise sobre o desenvolvimento do turismo, aliadas à dimensão econômica, as dimensões social e ambiental, pois as mesmas estão estreitamente relacionadas entre si (OMT, 2003).

#### 2.1.6.2 Desenvolvimento do turismo – dimensão social

O turismo pode ser considerado como uma maneira viável de se facilitar o desenvolvimento social e valorizar o bem-estar da comunidade residente. Por atingir a escala humana, movimentar pessoas e envolver o planejamento participativo entre os atores locais, o desenvolvimento do turismo deve ser analisado no contexto social. Coriolano (2003) enuncia que o homem é o centro do desenvolvimento social. A autora ainda apresenta em seus estudos que

O desenvolvimento, para ser definido como social, precisa estar voltado para as necessidades humanas, tornar as pessoas auto-independentes e habilitadas para o trabalho e para a vida comunitária. Implica o desenvolvimento dos indivíduos como pessoa e como grupo, organizados como sociedade civil para se tornarem protagonistas de seu desenvolvimento e do desenvolvimento de seu lugar (CORIOLANO, 2003, p.33).

Qualquer forma de desenvolvimento do turismo acarreta transformações na estrutura social e nos aspectos culturais da população anfitriã. Cooper *et al.* (2001) destacam que não se pode condenar o desenvolvimento do turismo local pelas mudanças sociais ocorridas na comunidade residente. Dessa forma, para que se atinjam os impactos positivos no quesito social, torna-se essencial compreender a natureza do processo de desenvolvimento do turismo local e seus possíveis impactos sociais na comunidade residente de forma antecipada. Ou seja, para Cooper *et al.* (2001, p.203) “o desenvolvimento do turismo só pode ser atingido através de pesquisas qualitativas e quantitativas sérias”.

As eventuais transformações que possam ocorrer na comunidade local, decorrentes do desenvolvimento do turismo “[...] devem ser conciliadas com a preservação e valorização [...]” da “[...] herança e do patrimônio sociocultural [...]”

(RABAHY, 2003, p.88) local. Beni (2006) corrobora afirmando que o desenvolvimento do turismo no âmbito social vincula-se a possibilidade de se atingir um padrão estável de crescimento aliada à redução das diferenças sociais por meio de uma distribuição de renda melhor estruturada.

Coriolano (2003) menciona que os indicadores de desenvolvimento do turismo devem remeter-se à sociedade e não exclusivamente à economia. Ao fazer uma alusão sobre as medidas socioeconômicas mais realistas, a autora salienta que avaliar o desenvolvimento humano e social é uma tarefa árdua devido a complexidade e dificuldade de mensuração. Coriolano (2003) destaca o Relatório sobre o Desenvolvimento Humano no Brasil, disponibilizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), como metodologia para análise do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), incluindo os indicadores: longevidade (expectativa de vida ao nascer), nível educacional e taxa de alfabetização, acesso a recursos e o poder de compra.

Vale ressaltar que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apresenta como principais indicadores sociais de suas pesquisas: acesso aos serviços de saúde, saneamento, água tratada, coleta de lixo, luz elétrica, serviços e posse de bens duráveis, educação, rendimento mensal familiar. Beni (2006) e a Organização Mundial do Turismo (2003) destacam como indicadores de desenvolvimento social no turismo: (1) melhoria da infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local, (2) investimentos sociais, os quais atendem à comunidade residente e foram financiados, em parte, pelo turismo, (3) melhoria na taxa de alfabetização e acesso à educação por parte da comunidade residente, (4) contribuição à conservação do patrimônio cultural, (5) estímulo à formação de associações, (6) renovação do orgulho da população local em relação a sua cultura, contribuindo ao melhor relacionamento da mesma com seus visitantes.

Candiotto (2007), apesar de explanar sobre o turismo como uma atividade econômica responsável pela geração de riquezas, circulação de pessoas, surgimento de novas relações sociais e transformador do espaço geográfico, alega a pertinência de se promover uma reflexão à respeito das conseqüências sócio-culturais que o turismo pode acarretar às localidades receptoras. Tais constatações

sugerem, dentro da dimensão social do desenvolvimento do turismo, a necessidade de se preservar a autenticidade da cultura local, evitando que a mesma seja banalizada pela massificação do destino turístico. É por isto mesmo que Schneider e Fialho (2000, p. 35), a partir do foco em turismo rural, observam que “o turismo rural propicia a valorização do ambiente em que é explorado por sua capacidade de destacar a cultura e a diversidade natural de uma região”. Em outras palavras, o turismo na área rural pode proporcionar a manutenção e conservação dos patrimônios: histórico, cultural e natural.

#### 2.1.6.3 Desenvolvimento do turismo – dimensão ambiental

A constatação de um notável crescimento nas relações do turismo com o meio ambiente, principalmente devido à motivação atual dos indivíduos em vivenciar experiências mais autênticas e próximas ao ambiente natural, promove a extensão da compreensão do desenvolvimento do turismo à dimensão ambiental (BENI, 2006; OMT, 2003). Partindo dessa premissa, destaca-se que o turismo possui uma estreita ligação com o meio ambiente.

Vale ressaltar também que caso não exista um correto dimensionamento do desenvolvimento do turismo, pode-se provocar efeitos negativos no meio ambiente (RABAHY, 2003). Ou seja, Rabahy (2003, p.85) expande a visão da importância do meio ambiente ao desenvolvimento do turismo ao afirmar que

A conscientização sobre a importância do meio ambiente como um todo para o desenvolvimento do turismo, tanto que em muitos países se constituem no atrativo turístico em si, além de seu papel para o bem-estar da própria população residente, tem contribuído para a sua inclusão nas políticas e estratégias de desenvolvimento dos países.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2003), os indicadores ambientais servem para avaliar as informações relativas aos impactos do turismo (positivos ou negativos) em uma determinada área. Os indicadores ambientais são definidos conforme as características dos destinos e os objetivos do desenvolvimento. Os mesmos podem auxiliar as autoridades locais e conseqüentemente os tomadores de decisão relacionados ao turismo a adotarem as

ações na localidade. Ressaltam-se dois relevantes indicadores ambientais relacionados ao desenvolvimento do turismo, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (2003) e Beni (2006): (1) conservação dos recursos naturais e (2) existência de projetos que incentivam a educação ambiental dos residentes e turistas.

Ao se estudar a questão do desenvolvimento do turismo, vislumbra-se que o mesmo pode ser realizado em aglomerados de turismo (STACKE, 2008). A tendência, no contexto empresarial, incluindo neste sentido o turismo, baseia-se na integração e cooperação entre as organizações. Percebe-se, portanto, a necessidade de se alinhar os conceitos, teorias e definições a respeito dos aglomerados, agregando a compreensão dos mesmos ao ambiente turístico.

## 2.2 AGLOMERADOS

A revisão de literatura sobre desenvolvimento possibilitou a análise dos principais estudos e conceitos relacionados ao termo, vislumbrado no contexto local e relacionado à atividade turística. É diante disso que se pretende, nesta seção, apresentar os conceitos, definições, características e a teoria sobre os aglomerados, uma vez que sua abordagem é dotada de certa complexidade devido à existência de distintos estudos relativos ao tema (ANDRIGUI, 2007; STACKE, 2008). Evidencia-se paralelamente o destaque a Teoria dos Aglomerados de Michael Porter (1999), pois a mesma é base do trabalho e demanda uma atenção maior no presente estudo.

### 2.2.1 Teoria dos Aglomerados – Michael Porter

Na presente etapa do estudo pretende-se abordar, de forma mais detalhada, a Teoria dos Aglomerados, difundida por Michael Porter (1999), aliada ao aprofundamento e esclarecimento sobre o Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, também de sua autoria.

Estudos desenvolvidos por Thomazi (2006, p.26), apontam para constatação de que os aglomerados são vistos como uma “questão estratégica a ser tomada para operação no mercado”. Para a autora, o entendimento a respeito da dinâmica dos aglomerados exige o fortalecimento da compreensão relativa da atual sociedade em rede e, conseqüentemente, da globalização, ou seja, do real funcionamento do mercado (CASTELLS, 2006; THOMAZI, 2006). Porter (1999) salienta que o fenômeno dos aglomerados tem sido reconhecido e até mesmo explorado por meio de vasta literatura. É salutar mencionar que a presença de experiências e resultados concretos sobre os aglomerados em distintas áreas tornam o ambiente de investigação mais propício para se trabalhar com “interpretações em permanente evolução” (THOMAZI, 2006, p.26).

Prosseguindo na análise de Thomazi (2006), torna-se inevitável constatar os antecedentes conceituais da Teoria dos Aglomerados, seja por meio dos apontamentos históricos ou conceituais, de forma a sustentar a direção correta ao pleno entendimento da questão. Como bem lembra Silva J. (2004), não existe a pretensão em torno de uma abordagem exaustiva de todos os conceitos que podem se relacionar com a Teoria dos Aglomerados, visto que esta tarefa seria longa e complexa, havendo necessidade de se percorrer todas as escolas do pensamento econômico e seus representantes.

Através deste contraponto, a intenção no presente trabalho não é a de se caracterizar todas as especulações teóricas relacionadas à Teoria dos Aglomerados, mas sim apresentar as abordagens que mais contribuíram “à estrutura conceitual e metodológica sob a qual se assenta a ‘Teoria dos Aglomerados’” (SILVA J., 2004, p.116). Nesta perspectiva destaca-se Alfred Marshall (1890), como pioneiro e introdutor oficial “do conceito de economias de aglomeração na teoria econômica” (SILVA J., 2004, p.116). Em outras palavras, a partir dos prismas econômico e sistêmico, Alfred Marshall argumenta que a demanda nas organizações industriais não era gerada apenas por uma procura motivada pelo simples desejo. De Estefani (2006, p.65) salienta que para Marshall a “demanda deveria estar relacionada em uma concreta necessidade e se dispor a pagar uma remuneração adequada para satisfazer tal necessidade”. Neste sentido observa-se que além de uma crescente subdivisão das funções, trabalhos e da integração das diferentes partes de uma

organização industrial, esta passou a se estruturar em unidades fabris de distintos portes e “estavam, a partir daí, situadas geograficamente próximas das fontes de insumo e dos mercados consumidores” (DE ESTEFANI, 2006, p.65).

Complementando ainda a abordagem de Marshall, merece destaque a introdução de dois termos técnicos: economias internas (dependentes da eficiência das administrações e dos recursos das empresas que a elas se dedicam de maneira individualizada) e economias externas (estão sujeitas ao desenvolvimento geral da indústria e atingidas pela concentração de várias empresas pequenas e similares em determinada localidade). As economias internas e economias externas são, para Marshall, resultados da divisão, em duas categorias, das economias derivadas de um aumento da escala de produção. De Estefani (1996, p.67) conclui que na visão de Marshall, o crescimento das economias internas de uma empresa considerada representativa (que permite verificar a expansão das economias internas e externas da produção para o conjunto da indústria e para toda economia do país onde está localizada) é provocado pelo aumento no volume global de produção, resultando “em incremento das economias externas às quais essa empresa tem acesso, fazendo com que se produza a custos menores”.

Thomazi (2006, p.29) corrobora afirmando que “Porter acrescenta a busca pelo entendimento também intelectual sobre a Teoria dos Aglomerados, encontrando conforto no trabalho de Alfred Marshall”. Incluem-se ainda, de acordo com Thomazi (2006, p.31),

Na investigação acerca de tratados intelectuais que orientem a estrutura de conceitos e definições sobre aglomerados, Porter reconhece contribuições paralelas de toda ordem. Sugere como exemplos colaboradores vários estudos publicados em pelo menos oito áreas específicas de conhecimento. Sobre pólos de crescimento e elos para a frente e para trás a referência é Hirschman (1958); já para uma abordagem das economias das aglomerações, aponta interessantes contribuições aprofundadas por Weber (1929), Losh (1954), Isard (1977) Lloyd e Dicken (1977), Goldstein e Gronberg (1984); na vasta literatura sobre geografia econômica seleciona, entre outros, Storper e Salais (1997) e Scott (1991); o olhar sobre a economia urbana e regional destaca notas referenciais para autores como Glaeser, Scheinkman e Sheifer (1995); no tocante a sistemas de inovação nacional, Bengt-Åke (1992), Dosi, Gianetti e Tonielli (1992); no campo da ciência regional evidencia os estudos de Giarratani (1994) e Markusen (1994); na literatura sobre distritos industriais, os trabalhos de Piore e Sabel (1984) e Becatti (1987) são apontados; e encerrando na área de conhecimento das redes sociais, faz menção a Burt (1997), Granovetter (1958), Harrison e Weiss (1998), como fonte de consultoria orientada.

As contribuições teóricas promovidas por Porter a partir da Teoria dos Aglomerados fundamentam-se em uma abordagem mais focada aos aspectos da estratégia, competitividade e produtividade (SILVA T., 2004). Os originais das duas obras de referência às pesquisas de Michael Porter são *The competitiveness of nations* (1990) e *On competition* (1998). As concepções abordadas em ambas serviram ao avanço de uma teoria mais ampla sobre aglomerados, competição e influência da localização na economia global, isto é, na vantagem competitiva (PORTER, 1999).

E é justamente diante das ponderações de Porter (1999, p.210) que se observa

O conceito de aglomerado representa uma nova maneira de pensar as economias nacionais, estaduais e urbanas e aponta para os novos papéis das empresas, dos governos e de outras instituições que se esforçam para aumentar a competitividade. A presença dos aglomerados sugere que boa parte da vantagem competitiva se situa fora de determinada empresa ou mesmo do setor, residindo, ao contrário, na localização das unidades de negócios.

Neste cenário, Porter (1999) salienta que os aglomerados são espaços que promovem novas modalidades de interação entre as empresas, órgãos governamentais e demais instituições. Assim, por meio dos aglomerados, o governo assume um papel distinto, focando-se de modo mais expressivo no nível microeconômico, visando remover os obstáculos que dificultem a melhoria e crescimento dos aglomerados existentes ou emergentes (SILVA J., 2004).

Thomazi (2006) acrescenta que os aglomerados estruturam-se tanto em economias avançadas como em economias em desenvolvimento, ou seja, eles podem assumir formas distintas conforme a sua profundidade, temporalidade e sofisticação. Sob este ponto de vista, salienta-se que os aglomerados podem ocorrer em áreas rurais ou urbanas. Estes variam de acordo com o tamanho, estágio de desenvolvimento e amplitude. Assim, tal como fora mencionado, assevera-se a definição que será aplicada no presente estudo, a qual destaca que um “aglomerado é um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas numa determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares” (PORTER, 1999, p.211).



Para que a identificação das partes constituintes de um aglomerado (empresas e setores) seja plenamente alcançada, Porter (1999) menciona a adoção, como ponto de partida, de uma grande empresa ou uma concentração de semelhantes empresas para assim verificar as cadeias verticais e horizontais. Thomazi (2006, p.34) acredita que a maioria dos aglomerados é formada por “empresas de produtos ou serviços finais, fornecedores de produtos especializados, componentes, equipamentos e serviços, instituições financeiras e empresas em setores correlatos, distribuidores e clientes da cadeia de produção”. Evidencia-se, com base em Porter (1999), que os aglomerados também são formados pelos órgãos e instituições governamentais, além de entidades associativas. Porter (1999, p.217) também admite que definir o aglomerado de maneira apropriada varia de acordo com o segmento base de competição entre as empresas que o integram e conforme a localidade em que o mesmo se insere, já que suas fronteiras estão “em constante evolução”.

A exemplo do que fora citado por Porter (1999), o enfoque da economia por meio da visão dos aglomerados alinha-se mais facilmente ao foco de natureza da competição e vantagem competitiva. Ao contrário de visar somente a empresa ou um único setor, o aglomerado permite a captação dos elos, sinergias, complementaridades e resultados em relação às tecnologias, qualificações, informações, necessidades dos clientes e marketing. A conexão destas informações é essencial ao êxito do aglomerado nas questões relacionadas a competitividade, produtividade, inovações e formação de novas empresas (SILVA T., 2004). Visando ir mais a fundo na importância dos aglomerados, Porter (1999, p.217-218) afirma que

A visualização de um grupo de empresas e instituições como um aglomerado acentua as oportunidades de coordenação e aprimoramento mútuos, em áreas de interesse comum, sem ameaçar ou distorcer a competição ou restringir a intensidade da rivalidade.

Por meio do aglomerado constitui-se uma estrutura facilitadora para comunicação e interação das empresas correlatas, fornecedores, governos e demais instituições de destaque.

Fazendo-se uma leitura a respeito da competição, depreende-se que, com base em Porter (1999), a localização atinge diretamente a competição entre as empresas. Todavia esta precisa se fundamentar na busca por estratégias diferenciadas e inovação. Cabe, portanto, reforçar que “[...] os vínculos mais estreitos com os compradores, fornecedores e outras instituições trazem uma importante contribuição não apenas para a eficiência, mas também para a velocidade das melhorias e das inovações” (PORTER, 1999, p.221) em um aglomerado. Portanto, a localização além de relacionar-se a dinâmica da competição, afeta a vantagem competitiva por meio da influência sobre o crescimento da produtividade, compreendido aqui como o aprimoramento na utilização dos recursos e valor gerado por dia de trabalho de forma a atingir a prosperidade. Ou seja, “a prosperidade de uma certa localidade depende da produtividade e das atividades escolhidas pelas empresas nela atuantes” (PORTER, 1999, p.222), aliadas ao entendimento de como se desenvolve a competição no local.

Porter (1999) complementa que o crescimento da produtividade do aglomerado é afetado por cinco fatores. Destaca-se primeiramente o acesso a insumos e a pessoal especializado, isto é, o aglomerado aparece como uma forma de organização espacial capaz de favorecer o alcance a insumos especializados desde que existam fornecedores locais. Caso ocorra a indisponibilidade de fornecedores locais no aglomerado, torna-se necessário buscar o abastecimento fora do mesmo, ainda que esta ação não represente a solução mais indicada. Este primeiro fator é considerado um dos grandes benefícios dos aglomerados.

O segundo fator relaciona-se ao acesso à informação, pois como afirma Porter (1999, p.229) “o acesso às “informações é de melhor qualidade e a custos inferiores no interior do aglomerado, permitindo que as empresas participantes aumentem a produtividade e se aproximem da fronteira da mesma”. Em relação à complementaridade (terceiro fator), verifica-se que no aglomerado as atividades dos distintos participantes complementam-se entre si, agregando valor ao cliente. Este fator é visto principalmente em aglomerados que se fundamentam na atividade turística, pois como enuncia Porter (1999, p. 230)

No turismo, por exemplo, a qualidade da experiência do visitante depende não só do apelo da principal atração (como praias ou localidades históricas),

mas também do conforto e do serviço dos hotéis, restaurantes, lojas de suveniers, aeroportos, outros meios de transporte e assim por diante. Como ilustra o exemplo, as partes do aglomerado são, em geral, efetivamente dependentes entre si. O mau desempenho de uma delas compromete o êxito das demais.

Outras formas de complementaridades podem ser vislumbradas em aglomerados com destaque ao desenvolvimento de elos tecnológicos, continuidade de coordenação, marketing e reputação, eficiência em compras e melhor alinhamento entre os participantes (PORTER, 1999).

Como quarto fator tem-se o acesso a instituições e a bens públicos. Neste contexto, no aglomerado ocorre a transformação dos insumos, caracterizados como dispendiosos às empresas, em bens públicos (acesso ao insumo sem custos) ou quase públicos (acesso ao insumo com custos reduzidos). Citam-se como exemplos a redução de custo de treinamento interno quando as empresas são capazes de recrutar os profissionais treinados utilizando programas locais e o acesso a massa de informações geradas no interior do aglomerado, considerados, neste caso, como bem quase público. Geralmente os bens públicos são associados às funções governamentais, todavia observa-se que o apoio privado, representado pelas associações comerciais ou outros mecanismos associativos, também contribui para criação dos mesmos, como no caso dos investimentos privados em programas de treinamento, centros de qualidade e infra-estrutura (PORTER, 1999).

O quinto e último fator de aumento da produtividade em aglomerado refere-se aos incentivos e mensuração do desempenho. Um dado interessante que se ressalta é que os aglomerados auxiliam na resolução ou na diminuição de problemas de atuação que podem ocorrer nas localidades mais isoladas ou nas empresas de integração vertical. Ainda cabe lembrar que existem diversas razões de incentivo dentro das empresas de um aglomerado para obtenção de altos níveis de produtividade. Porter (1999, p.232) menciona que

A mais importante é a pressão competitiva. A rivalidade entre os competidores locais exerce um forte efeito estimulante, em vista da facilidade de comparação constante e uma vez que os rivais da mesma localidade enfrentam circunstâncias gerais mais ou menos semelhantes (por exemplo, os custos da mão-de-obra e o acesso aos mercados locais), de modo que a competição se desenvolve sob outros aspectos. Além disso, a pressão dos pares intensifica a pressão competitiva no âmbito do aglomerado, mesmo entre empresas indiretamente concorrentes ou não. O

orgulho e o desejo de prestígio na comunidade local instigam as empresas nas tentativas de superarem umas as outras.

A mensuração do desempenho das atividades internas também é facilitada nos aglomerados principalmente porque, freqüentemente, as empresas desempenham funções semelhantes, facilitando a comparação dos custos internos e do desempenho do pessoal entre as empresas (PORTER, 1999).

Tal leitura sobre os benefícios dos aglomerados é importante ser reforçada, pois além da colaboração para o aumento da produtividade e inovação percebe-se a restrição de comportamentos oportunistas dos participantes de um aglomerado. Por conseguinte, “em razão das sucessivas interações, da facilidade de difusão da informação, da divulgação da reputação e do desejo de preservar o bom conceito na comunidade local” (PORTER, 1999, p.233), os integrantes dos aglomerados, em geral, focam o desenvolvimento de relacionamentos construtivos de forma a influenciar, de maneira positiva, os seus interesses de longo prazo. A presente constatação permite explicitar que os aglomerados também proporcionam maiores incentivos à formação de novas empresas, pois sinalizam principalmente a existência de oportunidades e lacunas relacionadas aos produtos, serviços e fornecedores, sendo que as barreiras e o risco para entrada de empresas nos aglomerados são menores do que em outros locais (PORTER, 1999).

Por isto mesmo se torna correto examinar os pressupostos da teoria dos aglomerados, destacando primeiramente que a mesma fundamenta-se nos relacionamentos, ou seja, na aproximação das empresas, fornecedores e instituições economicamente interligadas em uma localidade geográfica. Os vínculos sociais, por sua vez, contribuem na manutenção da coesão dos aglomerados além de auxiliarem no processo de criação de valor. A estrutura das redes de relacionamentos entre os agentes de um aglomerado produz benefícios de confiança e permeabilidade organizacional às empresas, caracterizando, desta forma, a ampliação da noção de capital social. O fortalecimento dos relacionamentos entre os integrantes de um aglomerado promove o aprimoramento do mesmo. Sob esta ótica torna-se essencial destacar que “a teoria dos aglomerados pode exercer grande influência sobre a compreensão da forma de atuação dos aglomerados e de como seriam capazes de se tornar mais produtivos” (PORTER, 1999, p.240).

Em outras palavras, a teoria dos aglomerados “ajuda a isolar as formas mais benéficas de redes” e ainda auxilia a “esclarecer as causas da estruturas de rede, a substância das atividades em rede e a ligação entre as características e os resultados das redes” (PORTER, 1999, p.241). É salutar mencionar que ao mesmo tempo em que se compreende o aglomerado como uma forma de rede cujo desenvolvimento ocorre dentro de uma localidade geográfica, a teoria dos aglomerados “atua como ponte entre a teoria das redes e a competição” (PORTER, 1999, p.240).

A exemplo do que se ressaltou anteriormente, o aglomerado contribui para que uma localidade se torne mais produtiva, desenvolva a sua capacidade local de aprimorar produtos e processos e promova a inovação (PORTER, 1999). No caso da atividade turística, Porter (1999, p.249) analisa que o aglomerado de turismo pode representar “uma força positiva na melhoria da infra-estrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica” de um local.

Porter (1999), trazendo à tona a questão da vantagem competitiva e a influência da localização do aglomerado no desenvolvimento do mesmo, observa que o modelo proposto como Diamante da Vantagem Competitiva Nacional permite analisar os determinantes da vantagem nacional, ou seja, “pode-se saber por quais razões algumas áreas geográficas se especializam e se sobressaem das demais em certos tipos de atividade econômica, sendo possível identificar como tais vantagens competitivas são alcançadas” (FROTA, 2005, p.3).

Parte destas observações decorre da constatação de que teoria dos aglomerados de Porter (1999) está diretamente atrelada à compreensão do modelo Diamante da Vantagem Competitiva Nacional estabelecido pelo autor. O modelo baseia-se na inter-relação de quatro influências que representam os efeitos da localização na competição entre as empresas. Este foi primeiramente apresentado na obra de Porter intitulada *The competitiveness of nations* (1990) e será detalhado no item a seguir.

### 2.2.2 Diamante da Vantagem Competitiva Nacional

Retomando-se a questão competição e vantagem competitiva, em paralelo, Cunha e Cunha (2006) afirmam que o êxito de uma empresa ou indústria está diretamente associado às condições nacionais do seu país de origem. Silva J. (2004, p.146) corrobora afirmando que as “características decisivas de uma nação que permitem às suas empresas criar e manter a vantagem competitiva em determinados campos constituem para Porter, a vantagem competitiva das nações”. Tanto é verdade que Silva J. (2004) ainda ressalta que na visão porteriana o êxito de um país na competição internacional relacionada a uma determinada indústria depende dos atributos que lhe são inerentes, os quais estruturam o ambiente em que as empresas competem, promovendo ou impedindo a criação de vantagem competitiva. Porter denomina os atributos como determinantes da vantagem nacional.

Antes de mencionar as determinantes da vantagem nacional, é salutar apresentar as peculiaridades do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional. Diante da constatação de que a produtividade e o crescimento do aglomerado sofrem influências ambientais, Porter (1999, p.223) estabeleceu um “modelo dos efeitos da localização na competição com base em quatro influências inter-relacionadas, graficamente ilustradas ‘num diamante’”. A metáfora diamante tornou-se uma referência à teoria dos aglomerados. Assevera-se, nesta perspectiva, que Porter (1999) utiliza em seu modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional o termo influências. Já Silva J. (2004) e Cunha e Cunha (2006) aplicam o conceito de determinantes em seus estudos. As determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional devem ser consideradas de forma sistêmica (FROTA, 2005).

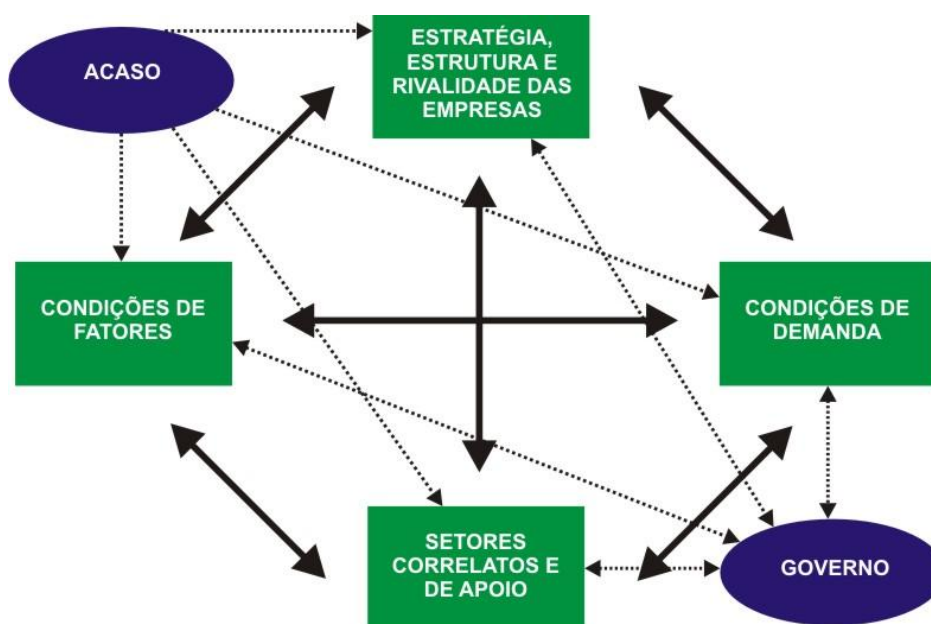
Segundo Frota (2005), a análise do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional também proporciona a identificação das contínuas tentativas da empresa em aprimorar o seu desempenho, fortalecendo tanto a sua própria competitividade como a economia regional em que se insere.

Cunha e Cunha (2006) salientam que Porter (1999) apresenta em seu modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional (conforme figura 1), quatro

determinantes de vantagem nacional as quais se alinham ao papel do governo e do acaso: (1) condições de fatores; (2) condições de demanda; (3) setores correlatos e de apoio; (4) estratégias, estruturas e rivalidades das empresas.

Ressalta-se no presente trabalho que a análise de aglomerados com base no modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) pode ser adaptada ao contexto de região e conseqüentemente aglomerado de turismo (THOMAZI, 2006). Relacionando-se os estudos existentes que aplicaram a teoria dos aglomerados de Porter (1999) e conseqüentemente o modelo do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional na perspectiva do turismo, salienta-se primeiramente Thomazi (2006) que promoveu a análise do aglomerado de turismo a partir de uma pesquisa na região de Foz do Iguaçu-PR. Neste sentido, também merece destacar Cunha e Cunha (2006) que apresentam uma discussão teórica a respeito dos modelos de competitividade de um *cluster* turístico contrapondo-se a abordagem de Competitividade Sistêmica de Altenburg (1998) com a abordagem do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999).

Figura 1 Sistema Completo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999)



FONTE: Adaptado de Silva J. (2004) e Thomazi (2006).

As condições de fatores tratam da posição do país em relação aos fatores de produção. Incluem os recursos necessários para o desenvolvimento das vantagens competitivas, como os recursos humanos, físicos, de capital e infra-estrutura (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003). Dentro do contexto do turismo, Cunha e Cunha (2006) destacam as atividades inseridas nesta determinante: (1) capacitação da mão-de-obra à prestação de serviços ao turista ou visitante, (2) disponibilidade de atrativos turísticos e recursos físicos, (3) existência de recursos de conhecimento, representados pelas agências de informações e divulgação do turismo, (4) disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento da melhoria da infra-estrutura e supra-estrutura do turismo, (5) recursos para melhoria do acesso ao produto turístico (energia, estradas, saneamento, entre outros) e nos serviços de segurança, inclusive.

As condições de demanda referem-se à natureza da demanda interna para um produto ou serviço. A demanda interna é relevante pelo fato de permitir a revelação sobre a necessidade de inovação no aglomerado, promovendo produtos e serviços mais próximos às necessidades dos consumidores (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003; FROTA, 2005). No caso do aglomerado de turismo deve-se verificar a composição da demanda, seu padrão de crescimento e exigências em relação à qualidade (CUNHA; CUNHA, 2006; SILVA J., 2004).

Os setores correlatos dizem respeito aos setores inseridos em um sistema de cadeia de valores, ou seja, compartilham atividades nesta cadeia. As empresas de apoio são representadas pelos fornecedores e empresas considerados canais de distribuição e intermediação. São exemplos no turismo as associações e os fornecedores dos empreendimentos turísticos (CUNHA; CUNHA, 2006; SILVA J., 2004).

Frota (2005) argumenta que tanto os fornecedores quanto os compradores são essenciais ao fortalecimento de um aglomerado, pois quando se promove um bom relacionamento e apoio mútuo entre os agentes de um aglomerado, privilegia-se o intercâmbio de habilidades, tecnologia e informações. A relevância deste tipo de argumentação faz com que se observe que “[...] a cooperação pode existir dentro de um aglomerado sem que os interesses próprios da empresa sejam ignorados.



Contudo, o sucesso de um não pressupõe a derrota de outro, sendo possível haver múltiplos vencedores” (FROTA, 2005, p.3).

As estratégias, estruturas e rivalidade das empresas referem-se às condições que orientam e regem a criação, organização e direção das empresas em um determinado país, aliadas à rivalidade interna. Cunha e Cunha (2006, p.62) defendem que esta determinante localiza-se na esfera interna da empresa e associa-se

às práticas administrativas adotadas por determinada indústria e suas respectivas firmas, à percepção dos agentes envolvidos no processo competitivo sobre comércio interno e externo, à formação dos profissionais de determinada empresa e à influência de políticas governamentais no interior das organizações.

A rivalidade interna caracteriza-se por estimular a inovação das empresas inseridas no aglomerado bem como a especialização dos fatores condicionantes e fornecedores. Frota (2005, p.4) finaliza afirmando que “é através da rivalidade local que os custos são reduzidos, a qualidade e os serviços melhorados, além de gerar novos produtos e processos”. Na atividade do turismo, esta última determinante pode ser representada pelo grau de conectividade entre os atores, atividades desenvolvidas em parcerias e a cooperação entre os mesmos.

Ainda em relação ao Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, é salutar mencionar mais duas variáveis que exercem influência sobre o mesmo. Primeiramente tem-se o acaso, o qual se relaciona aos acontecimentos em que a empresa não exerce controle, como os fenômenos naturais ou geopolíticos. A segunda variável refere-se ao governo, o qual pode atuar na melhoria ou na piora da vantagem nacional por meio das políticas diversas (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003; FROTA, 2005). Cunha e Cunha (2006, p.63) afirmam que “a ação pública também afeta as atividades de turismo através das políticas públicas, como exemplo, a taxa de câmbio, políticas de renda, taxa de juros, falta de controle da poluição ambiental, regulação do mercado de trabalho”. Ressaltam-se ainda a promoção de encontros e reuniões entre os agentes e levantamento de dados e informações sobre o turismo para melhor tomada de decisão sobre os investimentos.

Para aprofundar a questão sobre as determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, Thomazi (2006) demonstra em seus estudos o papel público e privado nas políticas de desenvolvimento dos aglomerados (conforme quadro 4), o qual é destacado com base em cada determinante do diamante.

Quadro 4 Comparativo das influências pública e privada no aprimoramento dos aglomerados

ATRIBUTOS DO DIAMANTE	INFLUÊNCIAS DO GOVERNO	INFLUÊNCIAS DA INICIATIVA PRIVADA
Condições dos fatores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar programas especializados de educação e treinamento. Implementar atividades de pesquisa na universidade local sobre tecnologias relacionadas com o aglomerado.</li> <li>- Apoiar o levantamento e a compilação de informações específicas sobre o aglomerado.</li> <li>- Ampliar a infra-estrutura especializada em transporte e comunicações, entre outras áreas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento conjunto de currículos vocacionais, técnicos, escolares e universitários. Patrocínio de centros especializados de pesquisa universitária.</li> <li>- Manutenção de vínculos estreitos com fornecedores de infra-estrutura para o atendimento de necessidades especializadas do aglomerado.</li> <li>- Desenvolvimento de cursos para os gerentes sobre temas referentes à regulamentação, qualidade e gestão.</li> </ul>
Condições da demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar normas regulamentares dinâmicas e pró-inovação relacionadas com o aglomerado para reduzir a incerteza dos regulamentos; estimular a adoção antecipada e encorajar o aprimoramento.</li> <li>- Patrocinar atividades independentes de testes, certificações e avaliação para os produtos e serviços do aglomerado.</li> <li>- Atuar como comprador sofisticado dos produtos e serviços do aglomerado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabalho conjunto para dinamizar e modificar os regulamentos, encorajando, assim, a inovação.</li> <li>- Constituição de organizações locais de teste e normatização.</li> </ul>
Setores correlatos e de Apoio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Patrocinar encontros para reunir os participantes dos aglomerados.</li> <li>- Encorajar esforços específicos do aglomerado para atrair fornecedores e prestadores de serviços de outras localidades.</li> <li>- Estabelecer zonas de livre comércio, parques industriais e parques de fornecedores relacionados com o aglomerado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Constituição de uma associação comercial específica para o aglomerado.</li> <li>- Estímulo à formação de fornecedores locais e à atração de investimentos de fornecedores situados em outras localidades, por meio de esforços individuais e coletivos.</li> </ul>
Contexto para a estratégia e rivalidade da empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eliminar barreiras à competição local.</li> <li>- Organizar os órgãos governamentais pertinentes em torno dos aglomerados.</li> <li>- Concentrar esforços para atrair investimentos externos nos aglomerados.</li> <li>- Enfatizar a promoção das exportações pelos aglomerados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comercialização conjunta por meio de feiras e delegações comerciais.</li> <li>- Colaboração com os esforços governamentais de promoção das exportações.</li> <li>- Criação de listas e catálogos dos participantes do aglomerado.</li> </ul>

FONTE: Thomazi (2006, p.83-84)

Os dados apresentados sobre a Teoria dos Aglomerados e o Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) demonstram que a questão central porteriana concentra-se na inovação e produtividade com vantagem competitiva, os quais são apoiados pelas interações e proximidade física. Ou seja, a compreensão da economia, promoção do desenvolvimento econômico e estabelecimento de políticas governamentais são privilegiados a partir da visão dos aglomerados.

Apesar da teoria dos aglomerados favorecer o entendimento da dinâmica da competitividade, Porter (1999) salienta que os aglomerados configuram uma combinação de competição e cooperação. Ou seja, a visão de aglomerados promove a observação de que a cooperação e competitividade devem ser vistas como complementares (CUNHA; CUNHA, 2006). Como forma de demonstrar a relevância da cooperação na competitividade dos aglomerados, salienta-se que “as vantagens dos aglomerados se baseiam sobretudo nos elos e conexões entre indivíduos e grupos” (PORTER, 1999, p.254), ou seja, os elos e conexões promovidos pela cooperação entre empresas, setores e instituições inclusas em um aglomerado são fundamentais para competitividade do mesmo, devido ao estabelecimento de uma rede de relacionamentos entre os atores visando objetivos comuns (CURTIS, 2008).

Cunha e Cunha (2006) complementam que o enfoque em uma visão dinâmica de competitividade e cooperação de um aglomerado promove uma análise mais condizente com as realidades política, social e econômica do local. Permite-se assim visualizar o potencial produtivo da economia local e o desenvolvimento do aglomerado (PORTER, 1999).

Percebe-se, dessa forma, o quão importante é ampliar o discurso teórico sobre a Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) e cooperação a partir da análise da perspectiva turística.

### 2.2.3 Distinção entre as abordagens que envolvem aglomerados

Antes da revisão teórica sobre aglomerados de turismo, frisa-se que diante das várias e divergentes leituras a respeito dos aglomerados, depreende-se a necessidade de se apresentar as abordagens consideradas análogas ao contexto de aglomerados. Kremer e Kovaleski (2005, p.192) explicitam que devido a existência de variações conceituais correlatas, “muitas vezes um mesmo processo é definido como rede de cooperação, *cluster* ou arranjo produtivo local”. Negrão (2005, p.249) corrobora afirmando que “as concentrações de empresas denominadas *clusters*, *aglomerados* e *distritos industriais* têm sido alvo de estudos e classificações por diversos autores”. Contudo é possível vislumbrar distintos enfoques que “procuram ressaltar a importância da articulação de empresas, parte dos quais incorporam a dimensão territorial” (LASTRES; CASSIOLATO, 2005, p.3).

Tomando-se como base as pesquisas realizadas por Lastres e Cassiolato (2005) a partir da Rede de Pesquisa e em Sistemas Produtivos Inovativos Locais (Redesist) e por Andrigui (2007), pode-se verificar claramente a existência de outros termos atrelados ao contexto de aglomeração. Sob outra égide, Stacke (2008) complementa o seu estudo sobre aglomerados a partir das perspectivas teóricas nacionais e internacionais sobre redes. Prosseguindo com a leitura de Stacke (2008), observa-se que a autora, baseando-se em Powell (1990), define rede como um conjunto complexo de inter-relações que intensifica as competências das unidades inseridas, visando objetivos comuns ou complementares que sustentam a vantagem competitiva. A relevância da pesquisa realizada pela autora está na apresentação de uma síntese das diferentes teorias, autores e tipologia de redes.

Mesmo sendo inegável a existência de inúmeros estudos sobre redes e *clusters* (ANDRIGUI, 2007; STACKE, 2008), mantém-se no presente estudo a linha de raciocínio fundamentada em aglomerados (PORTER, 1999), apresentada alhures, na seção 2.2.1. No estudo em questão serão descritas as abordagens análogas mais próximas a aglomerados, tomando como base Lastres e Cassiolato (2005).

Esta perspectiva permite enunciar que a base da definição de aglomeração centra-se na proximidade territorial de agentes econômicos, políticos e sociais, ou

seja, empresa, instituições e organizações privadas e públicas. Entretanto, Lastres e Cassiolato (2005, p.5) constatam que quando se amplia a abordagem de aglomeração, “é possível incluir os diferentes tipos de aglomerados referidos na literatura – tais como distritos e pólos industriais, *clusters*, arranjos produtivos e inovativos locais, redes de empresas, entre outros”. Sob esta ótica e considerando-se Lastres e Cassiolato (2005), a partir do Glossário da Rede de Arranjos e Sistemas Inovativos Locais (Redesist), ressalta-se através do quadro 5, a síntese das principais distinções entre as abordagens análogas aos aglomerados.

Quadro 5 Síntese das abordagens análogas sobre aglomerados

ABORDAGEM	CONCEITO
<b>Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (SPILs)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>São conjuntos de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizagem.</li> <li>Geralmente incluem: empresas produtoras de bens e serviços finais, fornecedoras de equipamentos e outros insumos, prestadoras de serviços, comercializadoras, clientes, etc., cooperativas, associações e representações, além de outras organizações voltadas à formação e treinamento de recursos humanos, informação, pesquisa, desenvolvimento, engenharia, promoção e financiamento.</li> </ul>
<b>Arranjos Produtivos Locais (APLs)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>São sistemas fragmentados e que não apresentam significativa articulação entre os agentes.</li> </ul>
<b>Cadeia Produtiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Refere-se ao conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos em ciclos de produção, distribuição e comercialização de bens e serviços.</li> <li>Implica em divisão de trabalho, na qual cada agente ou conjunto de agentes realiza etapas distintas do processo produtivo.</li> <li>Não se restringe, necessariamente, a uma mesma região ou localidade.</li> </ul>
<b>Cluster</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Refere-se à aglomeração territorial de empresas, com características similares.</li> <li>Em algumas concepções enfatiza-se mais o aspecto da concorrência, do que da cooperação, como fator de dinamismo.</li> <li>Algumas abordagens reconhecem a importância da inovação, que é vista, porém, de uma maneira simplificada (por exemplo, como a aquisição de equipamentos).</li> <li>Não contempla necessariamente outros atores, além das empresas, tais como organizações de ensino, pesquisa e desenvolvimento, apoio técnico, financiamento, promoção, entre outros.</li> </ul>
<b>Distrito Industrial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Refere-se a aglomerações de empresas, com elevado grau de especialização e interdependência, seja de caráter horizontal (entre empresas de um mesmo segmento, ou seja, que realizam atividades similares) ou vertical (entre empresas que desenvolvem atividades complementares em diferentes estágios da cadeia produtiva).</li> <li>No Brasil, freqüentemente utiliza-se a noção de distrito industrial para designar determinadas localidades ou regiões definidas para a instalação de empresas, muitas vezes contando com a concessão de incentivos governamentais.</li> </ul>
<b>Milieu inovador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>O foco é o ambiente social que favorece a inovação e não em atividades produtivas.</li> </ul>
<b>Pólos, parques científicos e tecnológicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consistem predominantemente de áreas ligadas a centros de ensino, pesquisa e desenvolvimento (P&amp;D), com infra-estrutura necessária para a instalação de empresas de base tecnológica.</li> </ul>

<b>Rede de Empresas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refere-se a formatos organizacionais, definidos a partir de um conjunto de articulações entre empresas, que podem estar presentes em quaisquer dos casos mencionados.</li> <li>• Envolve a realização de transações e/ou o intercâmbio de informações e conhecimentos entre os agentes, não implicando necessariamente na proximidade espacial de seus integrantes.</li> </ul>
-------------------------	---

FONTE: Lastres e Cassiolato (2005, p.1-3).

Embasados nas informações oriundas da perspectiva de aglomerados, complementa-se que o foco em aglomerados de turismo pode ser uma alternativa de se gerar vantagens competitivas ao destino turístico (RODRIGUES JUNIOR, 2004). Faz-se necessário, portanto, apresentar os conceitos relacionados ao aglomerado de turismo.

### 2.3 AGLOMERADOS DE TURISMO

Os estudos relacionados à formação de aglomerados de turismo são pertinentes e considerados objetos prioritários nas políticas de desenvolvimento na atual conjuntura (BIESEK, 2004). O entendimento e a aplicação da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) no contexto do turismo são relevantes, pois o turismo é um fenômeno que apresenta “uma forma de organização especial, além de se mostrar nas três condições evidenciadas pelos estudos: a forma multiorganizacional, a influência central e a característica preeminente de economia de mercado” (THOMAZI, 2006, p.34). Sob o ponto de vista de Stacke (2008), a definição de aglomerado de turismo pode ser entendida a partir da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999).

Thomazi (2006) assevera que na perspectiva do turismo, permite-se destacar os estudos de Acerenza (1995) a respeito da Teoria dos Aglomerados. O referido autor salienta que os aglomerados são instrumentos de desenvolvimento econômico. Perfeitamente justificável, pois proporcionam vantagens econômicas internas e externas. Em relação ao turismo, percebe-se que o conjunto de empresas diretamente relacionadas à atividade turística, as quais se complementam entre si devido à interação proporcionada pelo aglomerado, contribui principalmente para o

desenvolvimento da infra-estrutura local. Assim Acerenza (2000) acrescenta que a concentração de empresas que agem em conjunto origina um amplo e variado mercado de trabalho, a criação de um mercado de capitais e a oferta de bens e serviços de todas as classes, fomentando as relações comerciais.

É por isto mesmo que Thomazi (2006) complementa que o setor de turismo pode ser considerado um ambiente apropriado para o contexto de aglomerados visto que a cadeia produtiva da atividade em questão, os elos de produção e organização do segmento, bem como o espaço geográfico em que ocorre, privilegiam a concepção de aglomerado. A idéia de aglomerado de turismo para Beni (1998) *apud* Thomazi (2006, p.35) aprofunda os principais elementos enunciados por Thomazi (2006), pois para o autor a aplicação do conceito aglomerado no turismo “estaria representado pela expressão de um conjunto de atrativos reunidos em determinado espaço geográfico, em que haveria concentração de esforços para o impulso desse produto no mercado”.

Em outros estudos Beni (2006) evidencia que para se evitar os conceitos envolvidos no contexto dos aglomerados de turismo sejam tratados de maneira superficial, “é sempre conveniente checar esses conceitos e verificar sua racionalidade, alcance e possibilidade de eficácia” (BENI, 2006, p.87) em uma determinada região. Nota-se também que a análise das características da atividade turística também deve ser fomentada e realizada como complemento para compreensão de aglomerado de turismo (MAMBERTI, BRAGA, 2004).

Prosseguindo com o raciocínio de Beni (2006), um dos primeiros fatores que devem ser analisados refere-se à origem e formação dos aglomerados de turismo, os quais geralmente resultam do aproveitamento das vantagens produtivas e territoriais, ou seja, utilizam-se as oportunidades existentes no entorno. Neste sentido pode-se mencionar que nem todos os aglomerados de turismo são formados devido às políticas de incentivo público. E, além do mais, é importante frisar que tal argumentação de Beni (2006) quanto à formação e desenvolvimento dos aglomerados de turismo relaciona-se à visão de Porter (1999, p.262) apresentada na teoria dos aglomerados, pois “[...] é preciso que o aglomerado se desenvolva, tanto

quanto possível, com base nas diferenças e fontes de singularidade locais, transformando-as em pontos mais fortes”.

A ênfase à integração e à cooperação por parte das empresas relacionadas à atividade turística decorre da necessidade de se evitar o trabalho isolado, o qual pode caracterizar a perda de oportunidades no mercado. Com o objetivo de aumentar a vantagem competitiva, verifica-se a visão de complementaridade das organizações turísticas. Beni (2006, p.150) demonstra em seus estudos sobre o turismo que as “operações realizadas em agrupamentos podem ajudar pequenas empresas a superar grandes problemas não solucionados isoladamente”.

É interessante perceber que o aglomerado de turismo caracteriza-se pelo “ganho comum na solução de problemas comuns” (THOMAZI, 2006, p.37) entre seus atores, oportunizando que melhor se compreenda a cadeia produtiva do turismo e a potencialidade turística de um local conforme a “realidade de organização do processo de desenvolvimento do turismo” (THOMAZI, 2006, p.37).

A organização de um aglomerado de turismo pode ser visualizada por meio da integração entre seus atores no ambiente da cadeia produtiva do turismo (THOMAZI, 2006). Tomando como base Cunha e Cunha (2006) nota-se que os modelos de aglomerados de turismo geralmente contemplam como elementos internos: (1) atrações turísticas naturais e artificiais; (2) equipamentos e serviços turísticos (meios de hospedagem, serviços de alimentação, entretenimento, transportes, agências de viagens, comércio turístico, informações turísticas, entre outros), (3) setores de apoio à prestação de serviços turísticos, (4) infra-estrutura turística (acesso, energia, saneamento, comunicações, etc.), (5) empresas ou instituições para fornecimento de qualificação especializada, informações e capital financeiro, (6) agentes internos organizados em associações de classe e (7) agências governamentais e outros órgão reguladores, os quais exercem influência sobre a aglomeração de turismo.

A partir das constatações de Thomazi (2006) e Cunha e Cunha (2006) denota-se que o alicerce da cadeia produtiva do turismo é formado pelos atrativos e infra-estrutura turística locais. Portanto, as informações relacionadas às



especificidades dos mesmos (capacidade de carga, sazonalidade, perfil da demanda, investimentos e retorno) são de extrema valia à organização do aglomerado. O levantamento de dados referentes aos serviços e equipamentos turísticos também é essencial, pois revela informações sobre a localização, quantidade, modalidade, profissionais e principalmente a interação e relacionamento entre os mesmos.

No que tange ao ambiente institucional do aglomerado, correspondente às instituições locais que se relacionam ao turismo (Secretaria de Turismo, Conselho Municipal de Turismo e Associações Representativas) ressalta-se a necessidade de se fomentar a coesão social e política dos atores atuantes. Isto é necessário para melhor definir as diretrizes de base local relacionadas ao planejamento, planos e estratégias para o desenvolvimento do aglomerado de turismo. Especificamente no caso das associações de classe, Mamberti e Braga (2004) salientam que a caracterização do papel das mesmas no aglomerado de turismo favorece a constatação da existência de uma cultura associativa por parte dos empresários bem como estes participam dos processos decisórios em conjunto ao poder público.

É salutar mencionar, paralelamente, a função das empresas ou instituições fundamentadas no fornecimento de qualificação especializada, informações e capital financeiro ao aglomerado de turismo, pois são capazes de incentivar as ações destinadas à preservação ambiental, investimentos no aglomerado, suporte aos empresários, produção e difusão de conhecimento e tecnologia (MAMBERTI; BRAGA, 2004).

Os formatos organizacionais baseados em aglomerados são considerados tendências às organizações turísticas por privilegiarem tanto a atuação conjunta dos agentes quanto a interação entre os mesmos (BENI, 2006). O agir dos agentes de um aglomerado baseia-se na lógica da cooperação. Por essa razão, torna-se pertinente analisar as peculiaridades da cooperação e a importância das empresas inseridas na atividade do turismo atuarem coletivamente.

## 2.4 REDES DE COOPERAÇÃO

Quando se analisa a dinâmica de operação de um aglomerado na atual conjuntura de mercado, percebe-se a cooperação como um elemento fundamental ao desenvolvimento do mesmo. Britto (2004) menciona que ao se consolidar as práticas cooperativas entre os agentes de um aglomerado, propagam-se os processos conjuntos de aprendizado e capacitação. Em especial, a cooperação faz com que o aglomerado ganhe força e eficiência, além de intensificar o ritmo de introdução de inovações. Sob esta ótica, o aglomerado aliado à visão de cooperação reforça o potencial e o desempenho competitivo das empresas inseridas no mesmo (BALESTRO, 2004; CUNHA; CUNHA, 2006).

Casarotto Filho e Pires (2001) mostram que o foco na cooperação está cada vez mais presente na realidade dos aglomerados. Em contrapartida, Balestro (2004, p.51) salienta que o “ato de cooperar é complexo”. A afirmação de Balestro (2004) vem de encontro às proposições de Flores e Segatto-Mendes (2006) quando estes defendem que a cooperação não é considerada uma relação simples entre as organizações participantes de um aglomerado, pois estas possuem diferenças estruturais e objetivos divergentes, podendo gerar percepções e expectativas contraditórias entre as mesmas. Diante destas considerações, para se proporcionar um ambiente propício ao trabalho corporativo, “devem ser estabelecidos *a priori* os objetivos de cada parte envolvida, bem como o objetivo que o projeto como um todo pretende realizar” (FLORES; SEGATTO-MENDES, 2006, p.85).

Face aos desafios decorrentes da compreensão sobre as práticas cooperativas em aglomerados, Britto (2004) assevera a necessidade de se contemplar uma discussão teórica sobre o fenômeno da cooperação, visto que a análise das ações cooperativas não é consensual na literatura.

Por isso mesmo, Casarotto Filho e Pires (2001, p.38) citam em seus estudos as principais peculiaridades da cooperação, considerando-a como algo “tão irreversível como a globalização”. A cooperação, na visão genérica de seu significado, é definida como o ato de se “trabalhar em comum, envolvendo relações

de confiança mútua e coordenação, em níveis diferenciados, entre os agentes” (LASTRES, CASSIOLATO, 2005, p.9).

O que se nota, portanto, é que a cooperação permite a visão do abandono do individualismo, ênfase na tolerância e no saber ceder, além da aceitação do concorrente como um semelhante. Vale ressaltar que a cooperação necessita de, segundo Casarotto e Pires (2001, p.39)

- troca de informações entre várias empresas;
- restabelecimento de um intercâmbio de idéias;
- desenvolvimento de visão estratégica;
- definição de áreas de atuação;
- análise conjunta dos problemas e solução em comum;
- definição das contribuições dos parceiros.

Verschoore Filho (2003, p.2) alinha-se às proposições apresentadas por Casarotto Filho e Pires (2001) afirmando “[...] a cooperação não se sustenta com relações díspares, ou todos ganham juntos ou todos perdem juntos”. Visando ir mais a fundo na questão cooperação, o autor a analisa dentro da perspectiva de redes.

Para Balestro (2004, p.52), as “redes são consideradas arranjos interorganizacionais que formam uma estrutura própria mais do que uma forma híbrida de organização entre hierarquia e mercado”. Assegura-se, dessa forma, que as redes são estabelecidas a partir das interações entre as organizações e indivíduos, devendo possibilitar o alcance dos interesses tanto individuais quanto coletivos, existindo “um equilíbrio entre autonomia e dependência” (BALESTRO, 2003, p.53). Castells (2006, p.251) segue o raciocínio reforçando que a formação de redes fundamenta-se na idéia de aliança e cooperação. Neste caso, a “cooperação não é apenas uma maneira de dividir os custos e recursos, mas constitui uma apólice de seguro contra alguma decisão errada”. O autor argumenta que o enfoque das redes de cooperação situa-se na visão onde “a cooperação e os sistemas de rede oferecem a única possibilidade de dividir custos e riscos, bem como manter-se em dia com a informação constantemente renovada” (CASTELLS, 2006, p.232).

Menciona-se que a relevância das redes está na reunião da flexibilidade e agilidades das empresas de menor porte com as grandes corporações. Desta forma o contexto de redes no presente estudo associa-se aos aspectos do relacionamento dos atores de um aglomerado no sentido mais próximo a visão de cooperação.

No caso mais específico das redes de cooperação, Paiva (2007, p.20) complementa que as mesmas “consistem nas relações estabelecidas entre duas ou mais empresas, que unem *know how* e forças em favor de um objetivo comum”. O autor ainda destaca, com base em Castells (2006), que na concepção de redes de cooperação é essencial destacar dois relevantes atributos: a conectividade, isto é, a comunicação eficiente entre os agentes participantes da rede e a coerência, representada pelo compartilhamento de metas e objetivos comuns.

Nesta perspectiva, cabe frisar que a análise das redes de cooperação é complementada por Tálamo (2008, p.34) onde o mesmo afirma que “os atores da rede de cooperação estabelecem elos de ligação entre si e esta ligação é que define a estrutura em forma de rede e sua taxonomia”. Em outras palavras, vislumbra-se que o aspecto fundamental para o entendimento das redes de cooperação situa-se “exatamente no padrão das conexões entre os atores [...] pois é este padrão de conexão ou interação que viabiliza o fluxo de informações e conseqüentemente, o fluxo do conhecimento e do aprendizado (TÁLAMO, 2008, p.34).

Entretanto, outros autores adotam uma análise da cooperação a partir das redes interorganizacionais, caracterizadas pela cooperação entre diferentes organismos (ou atores) e envolvem fluxos de troca. Diante desta afirmação, depara-se com os estudos de Balestrin e Vargas (2004), os quais afirmam que as redes de cooperação também se inserem no conceito de redes interorganizacionais.

As redes inteorganizacionais apresentam uma variada tipologia. Neste sentido, Balestrin e Vargas (2004, p.207) utilizam o modelo de orientação conceitual de Maicon e Moinet (2000) para analisar “as principais dimensões sobre as quais as redes são estruturadas”. Assim, os autores classificam as redes interorganizacionais em quatro tipos principais: (1) redes verticais (dimensão da hierarquia); (2) redes formais (dimensão contratual); (3) redes informais (dimensão da convivência) e (4)

redes horizontais (dimensão da cooperação). Diante da necessidade de se verificar os apontamentos referentes às redes horizontais, cujo sentido fundamenta-se na cooperação, Malafaia, Maciel e Camargo (2007, p.6) mencionam que as mesmas surgem devido a “crise dos modelos tradicionais de verticalização diante da necessidade de um modelo mais enxuto e flexível que tem por objetivo a adequação rápida às condições de mercado”.

Sob esta ótica Balestrin e Vargas (2004, p.208), destacam que as redes horizontais caracterizam-se por serem

constituídas por empresas que guardam cada uma sua independência, mas que optam por coordenar certas atividades específicas de forma conjunta, com os seguintes objetivos: criação de novos mercados, suporte de custos e riscos em pesquisas e desenvolvimento de novos produtos, gestão da informação e de tecnologias, definição de marcas de qualidade, defesas de interesses, ações de marketing, entre outros. Essas redes formam-se sob a dimensão da cooperação de seus membros, que escolhem a formalização flexível para melhor adaptar a natureza de suas relações.

Em contrapartida, enfocando-se mais precisamente as redes de cooperação entre empresas a partir de uma visão diferenciada, Gerolamo (2007) destaca que a configuração da rede pode ocorrer por meio de uma cooperação vertical (ao longo da cadeia), ou através da cooperação horizontal (entre empresas concorrentes do mesmo setor).

Woitchunas e Sausen (2005) pautam seus estudos na relação positiva existente entre a consolidação de redes de cooperação e o desenvolvimento local e regional. Os autores defendem que “as redes de cooperação surgem como uma estrutura de articulação capaz de aumentar a competitividade das empresas, interferindo ativamente nos rumos do setor, pelo menos na região em que está presente esta forma de estruturação” (WOITCHUNAS; SAUSEN, 2005, p.9). Tanto é verdade que Burzynski, Dryglas e Nowakowski (2008), com base em estudos sobre redes de cooperação no turismo com enfoque no desenvolvimento local afirmam que as redes de cooperação criam uma cultura mútua entre os atores participantes.

Nesta perspectiva, as redes de cooperação são estruturas resultantes do relacionamento cooperado entre seus atores, enfatizando o enfoque coletivo, a troca de informações e os objetivos comuns. As redes de cooperação oferecem suporte

para coordenação e articulação de projetos conjuntos entre os atores em prol do desenvolvimento de um aglomerado (AMATO NETO, 2000; CARRÃO, 2004; GEROLAMO, 2007).

Complementam-se ainda, com base em Verschoore e Balestrin (2006), os principais fatores competitivos das redes de cooperação: ganho de escala e poder de mercado, provisão de soluções, aprendizagem e inovação, redução de custos e riscos e o fator relações sociais (ampliação da confiança e acúmulo de capital social).

A noção de desenvolvimento das redes de cooperação é percebida por Scherer e Zawislak (2007, p.4-5) com base em três momentos: a constituição, ou seja, fase em que se “realizam esforços para prospecção da cooperação, constituição e formalização legal” da rede; a consolidação, etapa em que o foco concentra-se nos esforços para “qualificação dos processos de gestão das operações” e do processo administrativo; e por fim a fase da evolução, período em que a rede “já apresenta um sistema de gestão consolidado e o processo de coordenação funcionando para garantir a efetiva cooperação entre os associados”.

Wilhelm e Zuanazzi (2005, p.32) fazem um contraponto ao defenderem que o crescimento e o processo de inovação de um aglomerado podem ficar limitados caso não exista “formas sadias de competição”. Nesta perspectiva salienta-se que o desenvolvimento de um aglomerado depende tanto da maneira como as empresas competem como cooperam entre si. É salutar mencionar que a afirmação de Wilhem e Zuanazzi (2005) se aproxima das proposições apresentadas por Porter (1999) na Teoria dos Aglomerados relativas às questões de competição e cooperação.

Ao estudar a importância dos aglomerados e os benefícios que a cooperação proporciona aos agentes inseridos nos mesmos, verifica-se que, em decorrência da relevância de se agir coletivamente, a questão da governança em aglomerados deve ser mencionada. Tanto é verdade que Balestro (2004) salienta que a governança permite observar de que forma as relações de cooperação entre os agentes se desenvolvem e se estruturam nos aglomerados.

No caso das redes de cooperação, Balestro (2004) afirma que a governança é essencial, pois as relações de cooperação entre os agentes de um aglomerado estruturam-se com base numa visão a longo prazo. Dessa forma, destaca-se que

[...] a governança de rede implica a existência de um grupo específico, persistente e estruturado de empresas autônomas (bem como agências sem fins lucrativos) envolvidas na criação de produtos ou serviços baseados em contratos implícitos e abertos, em condições de se adaptar às contingências ambientais e coordenar e salvaguardar as trocas. Tais contratos são elos de ligação sociais e não legais (CANDANCE; HERSTERLY; BORGATTI, 1997 *apud* BALESTRO, 2004, p.51).

Diante da afirmação de Balestro (2004), defende-se a idéia de que nas redes de cooperação é essencial que haja uma estrutura entre os atores e o estabelecimento de mecanismos de governança e normas, os quais orientam e coordenam o empreendimento das ações coletivas. O “sucesso do funcionamento das redes não está apenas no seu desenho contratual, mas na formação das normas que regulam as interações entre as empresas” (BALESTRO, 2004, p.54).

A governança em uma rede de cooperação pode ocorrer por meio de uma central de coordenação, isto é, uma “entidade composta por profissionais de fora das empresas ou por representantes das empresas, com a finalidade de monitorar as relações entre as empresas e gerenciar o processo de tomada de decisão coletiva” (BALESTRO, 2004, p.61). Dessa forma ressalta-se que a gestão de uma rede de cooperação necessita de uma estrutura de coordenação e mecanismos de governança.

As redes de cooperação também podem ser vislumbradas no contexto turístico. Por essa razão, o próximo tópico abordará as redes de cooperação no turismo.

#### 2.4.1 Redes de Cooperação no Turismo

O turismo, sob o ponto de vista de aglomerado, é estruturado com base nas relações entre os agentes, as quais englobam: “gestão dos processos de produção, comunicação, distribuição e consumo das experiências turísticas proporcionadas aos

visitantes” (BENI, 2006, p.127) do aglomerado. A partir deste enfoque, considera-se que a cooperação e a competição podem ser caracterizadas como os principais exemplos de relacionamento mantidos entre os atores inseridos no aglomerado de turismo. A competição em parceria com a cooperação entre os agentes potencializa a diferenciação do destino turístico (BENI, 2006).

Apesar de a literatura recente apresentar o termo redes como “um descritivo útil para assimilar a dinâmica social de relações existentes” (COSTA, 2005, p.32) entre organizações, incluindo neste caso o setor turístico, ainda se verifica a escassez de produções científicas que abordem o conteúdo sobre redes e redes de cooperação no turismo. No tocante às análises sobre redes e cooperação no turismo, salienta-se que a pesquisa de Costa (2005) representa uma das iniciativas para aprimorar os estudos relativos ao tema, pois busca enfatizar o papel estratégico da cooperação nas redes relacionadas ao turismo.

Outra observação a ser feita é que as redes são vistas “como uma alternativa a um sistema convencional de produção” (COSTA, 2005, p.32), pois oportunizam um enfoque distinto sobre as estruturas e organização do turismo. Prosseguindo com as proposições de Costa (2005, p.32), enuncia-se que

O nível de análise das redes é particularmente relevante no setor turístico, visto que ele está organizado na forma de agrupamentos aglomerados geograficamente para formar o contexto da destinação turística [...] e também levando em consideração que o produto turístico seja o resultado de uma rede coordenada de relações entre empresas para originar algo que nenhuma delas produziria sozinha.

Através das informações apresentadas por Costa (2005), percebe-se que a visão de redes no turismo precisa ser complementada com outros fatores como: confiança, comunicação mútua e principalmente cooperação. A cooperação em aglomerado de turismo traz consigo a percepção da necessidade de se estruturar o empresariado e estimular a criação de associações setoriais representativas, facilitando a interação do mesmo com o governo e fornecedores (SEBEN; SILVA, 2002). Além disso, destaca-se como estratégia da cooperação em turismo

O estabelecimento de fóruns de discussão capazes de aproximar a visão dos diferentes setores da atividade turística quanto ao produto turístico final oferecido e as relações necessárias entre eles para que tal produto seja competitivo no mercado (BENI, 2006, p.127).



De acordo com Silva e Ravaroto (2007), percebe-se que no turismo as redes entre empresas e organizações territoriais exemplificam os modelos mais comuns de cooperação e colaboração. As redes de cooperação no turismo são formadas pelas “empresas do setor ou famílias envolvidas no processo” as quais “representam formas organizadas de produção grupal e articuladas entre si”, cuja atuação em conjunto ocorre “com os demais atores da cadeia produtiva do turismo e com o setor governamental” (SILVA; RAVAROTO, 2007, p.4-5). Portanto, o fomento às redes de cooperação no turismo se justifica, pois caso exista somente o comportamento com base na competição, desvalorizando-se a cooperação, pode-se acarretar danos à comunidade local e às vantagens competitivas do destino turístico. Estes danos seriam provocados pela disparidade de interesses individuais entre os atores aliada a desestruturação do desenvolvimento sustentável do local. As redes de cooperação são vistas por Berton, Cunha e Cunha (2005, p.5-6) como benéficas aos agentes inseridos nos aglomerados de turismo, pois

As vantagens associadas às redes de cooperação nas atividades de turismo permitem explorar de maneira eficaz as eficiências coletivas e/ou desenvolver economias externas às empresas (cooperação empresarial, especialização produtiva do trabalho, infra-estrutura coletiva, especialização de serviços, etc.) e se beneficiar do aumento da capacidade de negociação coletiva com fornecedores de insumos e componentes. Além destas vantagens, as redes de cooperação facilitam o desenvolvimento de novos modelos, processos e organização da produção, troca de informações técnicas e de mercado, criação de consórcios de compra e venda de bens e serviços e campanhas conjuntas de divulgação de imagem e de marketing.

Quando se analisa a rede de cooperação em aglomerados de turismo, há de se ressaltar que a cooperação é dependente da ação planejada dos atores sociais do turismo inseridos em um determinado local, pois a cooperação está diretamente ligada aos aspectos sócio-culturais da localidade. Como forma de demonstrar a importância das redes de cooperação no turismo inserido no meio rural, Costa (2005) salienta os estudos de Lucchese (s.d.), pesquisador que, através de levantamentos de dados na região sul do Brasil, defende “a rede de cooperação turística como um instrumento para o desenvolvimento local” (COSTA, 2005, p.36), podendo ser considerada para as áreas rurais.

A organização de uma rede de cooperação no turismo também exige uma visão de governança. Vale ressaltar, de acordo com Thomazi (2006, p.40), que a governança neste sentido é vislumbrada pelas

[...] agências governamentais e outros órgãos reguladores que exerçam influências significativas sobre os participantes do aglomerado. No turismo estariam representados nos diversos âmbitos pelos organismos oficiais de turismo, conselhos, *conventions bureaux*, organizações não-governamentais, com interesse na regulamentação e operação o setor.

A rede de cooperação em turismo, sob tal ponto de vista, é uma alternativa para se fomentar o desenvolvimento da atividade turística em uma localidade, fundamentada em um processo democrático, ético e participativo (SILVA; RAVAROTTO, 2007). Os apontamentos realizados na revisão de literatura enfatizam principalmente as categorias analíticas do presente estudo. Na seqüência, abordar-se-á a proposta metodológica.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Considerada uma das etapas de maior destaque para elaboração de uma pesquisa de qualidade (RICHARDSON, 1999), a metodologia do presente trabalho será especificada neste capítulo. Primeiramente serão apresentados: a especificação do problema de pesquisa, categorias de pesquisa, definição constitutiva e operacional dos termos utilizados, delineamento e design da pesquisa. Em seguida serão abordados a coleta de dados, o universo e critério de amostra, além do instrumento utilizado para o levantamento dos dados. Na terceira e última etapa serão descritos o tratamento e a análise dos dados.

Dencker (2001, p.85) salienta que “a metodologia está relacionada com os objetivos e a finalidade do projeto e deve descrever todos os passos que serão dados para atingir o objetivo proposto”. Minayo (1994, p.16) em suas reflexões sobre metodologia afirma que “[...] a metodologia inclui as concepções teóricas da abordagem, o conjunto de técnicas que possibilitam a construção da realidade” e o potencial criativo do pesquisador.

A definição dos procedimentos metodológicos auxilia conferindo um caráter científico à pesquisa (BARROS; JUNQUEIRA, 2005), pois a partir dela, tópicos como “validade, confiabilidade e aplicação poderão ser devidamente avaliados” (VIEIRA, 2004, p.19). A formulação da metodologia contempla tanto a fase de exploração de campo quanto a definição dos instrumentos e processos de análise dos dados coletados (MINAYO, 1994). Portanto, segue detalhamento dos passos metodológicos utilizados no presente estudo.

#### 3.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Destaca-se como questão de pesquisa, cuja resposta pretende-se apresentar no presente estudo, considerando como assertiva que a rede de cooperação entre os atores sociais pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR: **Como a rede de**

### **cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR?**

Outras questões de pesquisa que o estudo também pretende responder:

- Como ocorreu o processo de formação do Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR?

- Quais são os atrativos turísticos, empreendimentos e organizações de apoio que pertencem ao Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR?

- Como se constituiu a estrutura, organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR, a partir da concepção de aglomerado de turismo?

- Quais foram as ações de cooperação realizadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR?

- Como ocorreu o desenvolvimento do turismo do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR com base nos aspectos econômicos, sociais e ambientais?

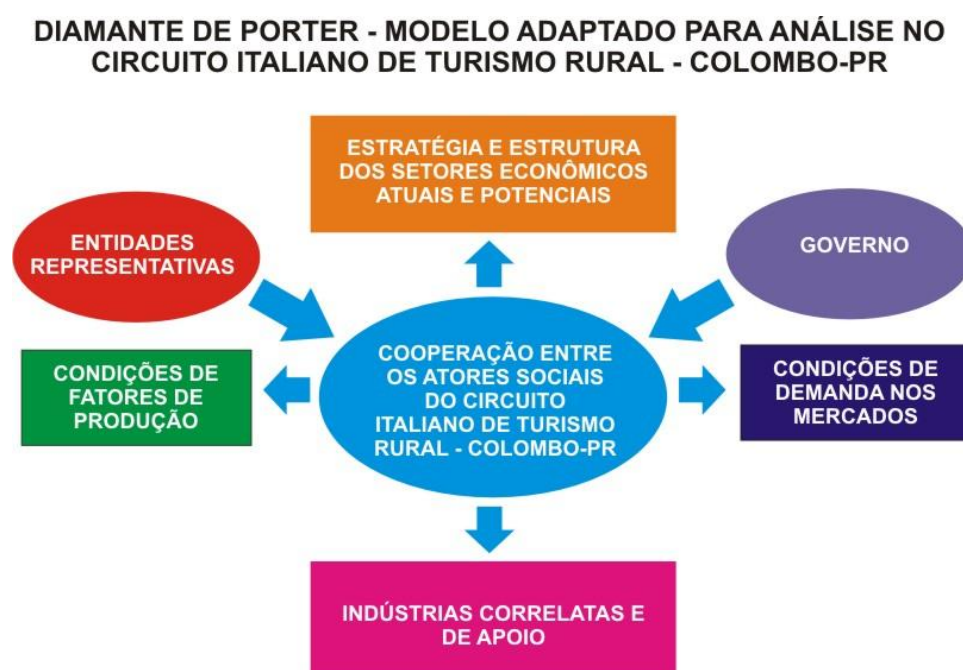
- Qual a influência da rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural no desenvolvimento do turismo de Colombo-PR?

### **3.2 CATEGORIAS DE PESQUISA**

Destaca-se, de acordo com Kerlinger (1980, p.25), que uma variável “é um constructo, um conceito com um significado ‘construído’ dado por um pesquisador”. Neste estudo, devido ao seu caráter qualitativo, verifica-se o emprego de categorias. Segundo Gomes (2001, p.70), nota-se que a categoria “[...] se refere a um conceito que abrange elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si”. Nesta perspectiva, apresentam-se como categorias analíticas de pesquisa do presente trabalho: a rede de cooperação e o desenvolvimento do turismo. É salutar mencionar que os critérios adotados para determinação dos indicadores da pesquisa originaram-se da fundamentação teórica elaborada a partir

das categorias analíticas. Os indicadores foram estabelecidos antes da coleta de dados, para facilitar a investigação. Dessa forma indicam-se de maneira mais detalhada, conforme figuras 2 e 3, as categorias analíticas do estudo e conseqüentemente seus indicadores, considerando a problemática de pesquisa e o suporte teórico e empírico do estudo.

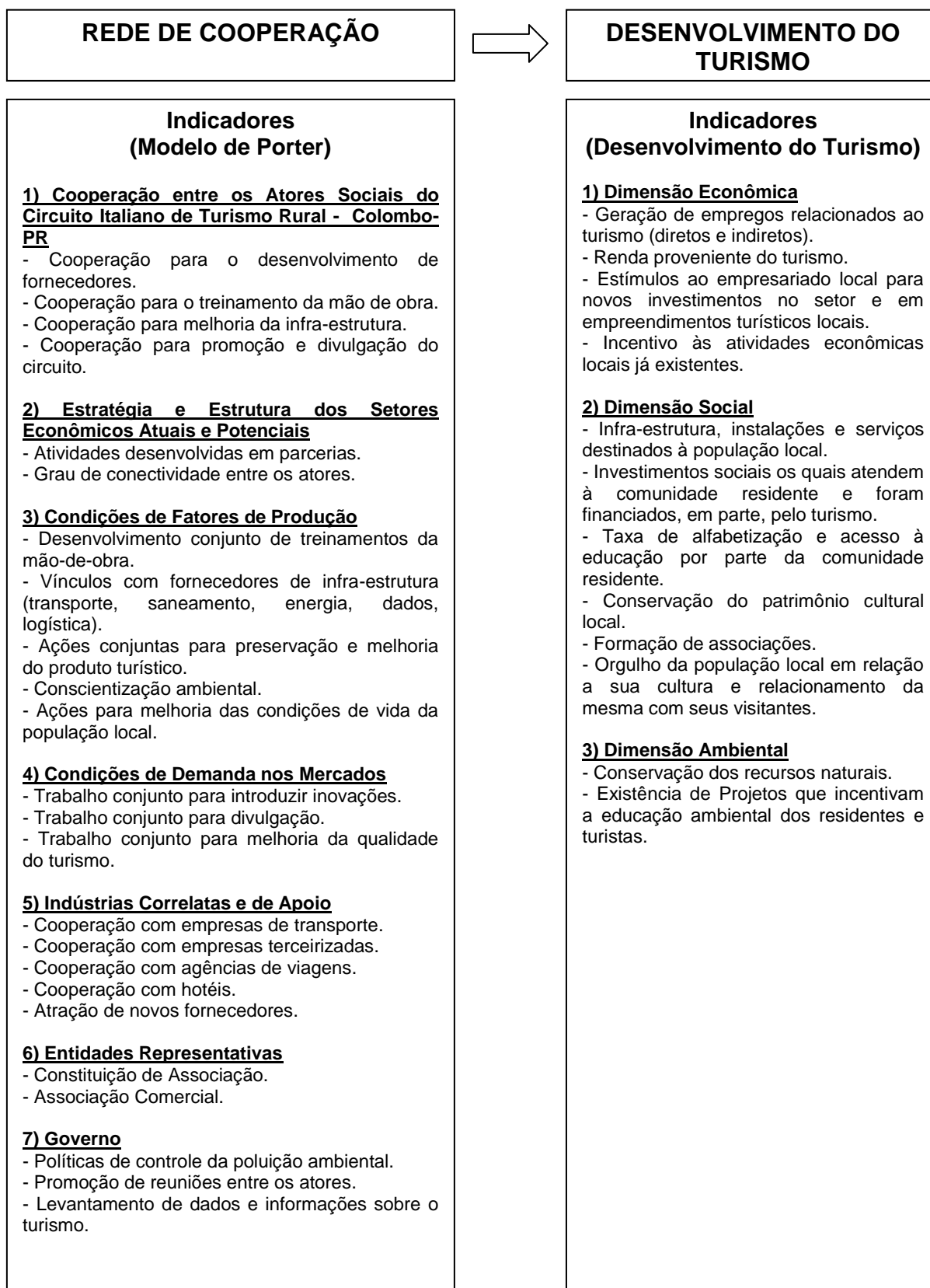
Figura 2 Modelo do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) adaptado para análise do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR



FONTE: Adaptado de Cunha e Cunha (2006).

O modelo designado para análise da contribuição da cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR estrutura-se conforme o padrão do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), cujo enfoque e adaptação das determinantes e variáveis do diamante ao contexto do turismo fundamentam-se no aparato teórico e estudos desenvolvidos por Cunha e Cunha (2006), explanado no capítulo 2, seção 2.2.2.

Figura 3 Categorias Analíticas de Pesquisa



FONTE: Elaboração própria.

### 3.2.1 Definição Constitutiva e Operacional das Categorias Analíticas de Pesquisa

A apresentação das definições constitutiva e operacional das categorias analíticas empregadas neste estudo estrutura-se de acordo com a fundamentação teórica realizada. As pesquisas devem apresentar precisão. Nesta perspectiva, Creswell (2007) defende que a necessidade de basear as idéias em definição competentes constitui boa ciência.

#### 3.2.1.1 Redes de cooperação

##### a) Definição Constitutiva

As redes de cooperação são estruturas resultantes do relacionamento cooperado entre seus atores, enfatizando o enfoque coletivo, a troca de informações e os objetivos comuns. As redes de cooperação oferecem suporte para coordenação e articulação de projetos conjuntos entre os atores em prol do desenvolvimento de um aglomerado (AMATO NETO, 2000; CARRÃO, 2004; GEROLAMO, 2007).

##### b) Definição Operacional

A rede de cooperação, no presente estudo, foi vista através da análise documental de dados secundários e análise de conteúdo dos dados primários coletados por meio de entrevistas com os atores selecionados na amostra considerada da região pesquisada. Neste sentido, para verificar a rede de cooperação, recorreu-se a seleção de indicadores baseando-se nas determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999). O modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter foi adaptado ao contexto do turismo e a região pesquisada, conforme estudos desenvolvidos por Cunha e Cunha (2006). Optou-se pelos indicadores a partir das determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) para possibilitar a observação da cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR. Assim sendo, os indicadores da rede de cooperação foram

relacionados com os indicadores associados às dimensões econômica, social e ambiental da categoria desenvolvimento do turismo.

### 3.2.1.2 Desenvolvimento do turismo

#### a) Definição Constitutiva

O desenvolvimento do turismo deve basear-se [...] em políticas e diretrizes que garantam o crescimento econômico aliado ao bem-estar social e à qualidade dos recursos naturais, pois como garante Araújo (1998, p.362), o turismo é “entendido como fenômeno social atual”. Dann (2002, p.25) salienta que “O desenvolvimento do turismo [...] é uma expressão que inclui não apenas destinos, origens, motivações e impactos, mas também as ligações complexas existentes entre todas as pessoas e instituições daquela engrenagem, isto é, o sistema global de demanda e disponibilidade”.

#### b) Definição Operacional

Para o estudo do desenvolvimento do turismo interessaram os indicadores relacionados às dimensões econômica, social e ambiental. Desta forma, o desenvolvimento do turismo foi estudado a partir da análise documental de dados secundários e análise de conteúdo dos dados primários da realidade da região pesquisada, os quais foram cruzados com os indicadores relacionados ao contexto de cooperação a partir de cada determinante de vantagem nacional do modelo teórico do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), adaptado à perspectiva do turismo e à região analisada conforme aparato teórico de Cunha e Cunha (2006).



### 3.2.2 Definição dos Outros Termos Relevantes

#### a) Atores sociais do turismo

Definição Constitutiva: Consolida-se no presente trabalho a concepção de atores sociais do turismo como indivíduos ou organizações envolvidos na promoção e sustentação das ações conjuntas que propiciem o desenvolvimento do turismo em uma determinada região (BENI, 2006; STACKE, 2008).

#### b) Aglomerados

Definição Constitutiva: “Um aglomerado é um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas numa determinada área, vinculadas por elementos comuns e complementares” (PORTER, 1999, p.211).

#### c) Governança

Definição Constitutiva: A governança é composta pelas “agências governamentais e outros órgãos reguladores que exerçam influências significativas sobre os participantes do aglomerado. No turismo estariam representados nos diversos âmbitos pelos organismos oficiais de turismo, conselhos, conventions bureaux, organizações não-governamentais, com interesse na regulamentação e operação o setor.” (THOMAZI, 2006, p.40).

### 3.3 DELIMITAÇÃO E DESIGN DA PESQUISA

Dentro da metodologia empregada para confecção do presente trabalho, em primeiro lugar, cabe ressaltar que a temática sobre redes de cooperação e desenvolvimento do turismo ainda se encontra pouco explorada pela literatura nacional. Considera-se para o desenvolvimento da pesquisa a necessidade de

leituras de autores já consagrados no meio acadêmico, assim como produções acadêmico-científicas e documentais, visando à obtenção do referencial teórico pretendido.

Segundo Dencker (2001, p.85), “a escolha da metodologia adequada irá variar conforme os objetivos da pesquisa e o problema que está sendo investigado”. Neste sentido, procurou-se, a partir de algumas constatações já promovidas dentro do estudo de aglomerados no setor industrial, de produção e serviços, traçar paralelos com o aglomerado de turismo, em especial com a cooperação entre os atores, visando um aprofundamento teórico substancial maior.

No que se refere a estudos anteriores realizados no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, há de se lembrar que em distintos momentos da pesquisa recorreu-se às informações fornecidas pelos mesmos, com destaque aos trabalhos de Cassou (2002), Candiotto (2007) e Camargo (2007). Estes estudos serviram como elementos colaboradores para a pesquisa, pois alguns entrevistados não possuíam dados suficientes sobre o período de formação do Circuito Italiano de Turismo Rural. Em outras palavras, a análise sobre os períodos iniciais do Circuito Italiano de Turismo Rural estruturou-se nos dados secundários. Já as informações sobre o período mais recentes do Circuito puderam ser coletadas prioritariamente através de entrevistas semi-estruturadas com os atores sociais, complementadas por fontes secundárias.

Para cada etapa da pesquisa é necessário estabelecer o procedimento adequado conforme o objetivo proposto no trabalho. Após definir o local de pesquisa, delineou-se como opção apropriada ao estudo a pesquisa exploratória-descritiva (de corte transversal, com perspectiva longitudinal), contemplando o estudo de caso como método de procedimento. As pesquisas bibliográfica, documental e de campo complementam a metodologia aplicada.

A pesquisa de natureza qualitativa torna-se mais adequada ao presente trabalho, pois além de favorecer a aproximação do investigador ao objeto pesquisado, também “garante a riqueza de dados, permite ver um fenômeno na sua totalidade, bem como facilita a exploração de contradições e paradoxos” (VIEIRA,

2004, p.15). Por não existir a preocupação do pesquisador com a representatividade numérica do grupo pesquisado, a pesquisa qualitativa permite uma descrição, análise melhor fundamentada e compreensão da contribuição da rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural do município de Colombo-PR para o desenvolvimento do turismo local (TRIVIÑOS, 1987).

Complementar a isto, estabeleceu-se a pesquisa de caráter exploratório descritivo. A pesquisa exploratória é geralmente uma das primeiras etapas para concepção da pesquisa e visa desenvolver conceitos e idéias, proporcionando uma visão mais geral de um fato (DENCKER, 1998). Para Richardson (1999, p.71), a pesquisa descritiva tem como objetivo “descobrir as características de um fenômeno como tal”. Além disso, permite verificar a relação entre variáveis (RICHARDSON, 1999). Salienta-se que a decisão pelo estudo exploratório-descritivo justifica-se pelo fato de se buscar favorecer e ampliar a compreensão da relação entre categorias, neste caso a rede de cooperação dos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR e o desenvolvimento do turismo na região.

Por contemplar a abordagem de uma unidade como um todo, englobando o desenvolvimento da mesma, o estudo de caso foi o método mais adequado para se atingir os objetivos da pesquisa. Segundo Yin (2001, *apud* DUARTE M., 2005, p.216), define-se o estudo de caso como “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Ainda na concepção de Yin (2005, p.26), destaca-se que a aplicação do estudo de caso como método de procedimento deve-se ao fato deste permitir “uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real”.

É salutar mencionar que ao se utilizar o estudo de caso privilegiar-se-á “o conhecimento em profundidade” (DENCKER, 2001, p.127) sobre o modo como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município. Por estar restrito ao município de Colombo-PR não se permite generalizações de resultados a

outras regiões (YIN, 2005). Neste sentido, destaca-se como nível de análise da pesquisa o aglomerado (Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR), e unidade de análise os atores sociais inseridos no Circuito.

### 3.4 COLETA DE DADOS

O estudo compreende três tipos distintos de técnicas de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas. As duas primeiras referem-se à coleta de dados secundários, estando, a última, atrelada à coleta de dados primários.

As etapas iniciais do trabalho, mais especificamente relacionadas à coleta de dados secundários, contemplaram as pesquisas bibliográfica e documental. Assevera-se que por meio da coleta de dados bibliográficos e documentais há uma fundamentação do tema proposto e direcionamento de um consistente referencial teórico, evitando resultados inconsistentes e contraditórios (DENCKER, 1998).

A pesquisa bibliográfica permite que o investigador realize o “levantamento e revisão de literatura existente para elaboração conceitual e definição dos marcos teóricos” (DENCKER, 1998, p.125). Percebe-se, na prática, que utilizando-se a pesquisa bibliográfica fica evidente o entendimento dos pensamentos dos autores consultados acrescido das idéias e opiniões do pesquisador. Stumpf (2005, p.52) complementa destacando que “a revisão de literatura é uma atividade contínua e constante em todo o trabalho acadêmico e de pesquisa”. Dencker (1998, p.125) procura demonstrar que a pesquisa bibliográfica baseia-se em dados secundários já que é “desenvolvida a partir de material já elaborado”.

As principais fontes de informações bibliográficas aplicadas no presente trabalho foram: livros, artigos científicos, periódicos, teses e dissertações atinentes ao tema proposto na pesquisa (DENCKER, 1998; STUMPF, 2005). Dessa forma, salienta-se que as informações históricas do município de Colombo, aliadas aos dados sobre a formação do Circuito Italiano de Turismo Rural, foram coletados utilizando-se a pesquisa bibliográfica.

No caso da pesquisa documental, além da vantagem de custo reduzido, os documentos são considerados fontes ricas de dados. A pesquisa documental, apesar de “utilizar material que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado” (DENCKER, 1998, p.125), favorece a reunião, enriquecendo o trabalho com dados e informações essenciais ao estudo.

Neste sentido, consideram-se como principais fontes documentais: relatórios de pesquisa, inventários, informativos e manuais sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural e seus integrantes, bem como informações obtidas junto a COMEC (Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba), EMATER (Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural), IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social), SEBRAE-PR (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, e diretamente nos empreendimentos selecionados.

A pesquisa documental promoveu a aproximação da pesquisadora com informações relativas à estrutura, atores, coordenação (governança) e organização do Circuito Italiano de Turismo Rural. Vale ressaltar que os dados e resultados sobre o desenvolvimento do turismo local, considerados escassos, foram coletados junto às organizações acima citadas, com o acréscimo das informações fornecidas pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, também através da pesquisa documental.

Os dados coletados e os documentos acessados a partir das pesquisas bibliográfica e documental foram cuidadosamente utilizados no intuito de corroborarem na elaboração das entrevistas semi-estruturadas, principalmente por evidenciarem os registros sobre a organização e desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural, os quais envolvem a participação e o relacionamento entre os atores sociais.

Portanto, posterior às pesquisas bibliográfica e documental, destaca-se a segunda fase do estudo, caracterizada pela coleta dos dados primários por meio de entrevista semi-estruturada com os atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural. A pesquisa de campo foi recomendável ao estudo, pois promoveu

uma análise mais segura do tema. Sobre as entrevistas semi-estruturadas, Triviños (1987) argumenta que

Podemos entender por entrevistas semi-estruturadas, em geral, aquelas que partem de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo de pesquisa. (TRIVIÑOS, 1987, p.146).

A aplicação de entrevistas semi-estruturadas para coletar os dados primários é indicada ao trabalho com diferentes grupos de pessoas (TRIVINÓS, 1987), ou seja, por “constituírem uma fonte essencial de evidências nos estudos de caso” (YIN, 2005, p.118). As entrevistas semi-estruturadas foram utilizadas no presente estudo por terem sido realizadas em grupos distintos que compõem os atores do Circuito Italiano: empreendedores que pertencem ao Circuito, organizações de apoio e os representantes do governo.

Complementa-se que as entrevistas semi-estruturadas permitiram coletar informações que favoreceram a compreensão sobre o estilo de trabalho dos entrevistados, bem como suas visões a respeito do Circuito Italiano de Turismo Rural, as formas de interação entre os atores e a relação de cooperação entre os mesmos.

As entrevistas com os agentes selecionados foram realizadas nos meses de novembro e dezembro de 2008. O roteiro das entrevistas auxiliou na verificação das distintas visões sobre a relação de cooperação a partir de cada ator inserido na amostragem estudada, com o intuito de assim identificar a sua contribuição no desenvolvimento do turismo.

#### 3.4.1 População e Amostragem

De acordo com os dados fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo-PR (período do presente estudo), o Circuito Italiano de Turismo Rural

conta, atualmente, com 52 participantes<sup>2</sup> (Cf. Anexo A). De posse desta informação, observou-se que o Circuito era assim composto: Secretaria Municipal de Turismo, posto de informações turísticas, organizações de apoio, atrativos turísticos, empreendimentos turísticos (vinícolas, chácaras, hotéis e pousadas, pesque-pague, restaurantes e produtores de flor), além dos empreendedores que apenas comercializam, mas não recebem visitantes em suas instalações. Estes últimos, por não receberem visitantes, não foram relacionados na pesquisa.

Vale ressaltar que a entidade de apoio SEBRAE-PR, apesar de não inserida na listagem de participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural disponibilizada pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo no momento da pesquisa, exerce atividades de suporte e apoio ao desenvolvimento do Circuito. Neste entendimento, complementa-se que a EMATER, considerada entidade de apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural, contribuiu principalmente no período de instalação do Circuito e na orientação dos proprietários rurais interessados em participar do mesmo.

Portanto, considerou-se o SEBRAE-PR nesta pesquisa acreditando-se que o mesmo se alinha à análise dos atores sociais do turismo e tem atuado no suporte ao processo de regionalização do turismo no Estado do Paraná. Vale ressaltar que este foco promoverá a ampliação sobre o entendimento a respeito das ações promovidas pelo SEBRAE-PR no apoio aos empreendedores locais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural, evitando que a análise fique restrita somente à visão de orientação dos agricultores familiares que investem no turismo rural desta região.

Sob esta ótica, a amostra foi por adesão, ou seja, após contato com os entrevistados, participaram do estudo aqueles com disponibilidade para o desenvolvimento da pesquisa (GODOI; MATTOS, 2006). Neste sentido foram realizadas 10 entrevistas, efetivadas de forma individual com os representantes de cada entidade inserida na amostra (Cf. quadro 6).

---

<sup>2</sup> A quantidade de empreendimentos do Circuito Italiano de Turismo Rural foi informada pela Secretaria Municipal de Turismo do município de Colombo na data da realização da entrevista, em novembro de 2008.

Quadro 6 Relação dos atores sociais participantes da pesquisa

<b>ATOR SOCIAL</b>	<b>ENTREVISTADO</b>	<b>TIPOLOGIA</b>
Secretaria Municipal de Turismo	Diretor	Setor Público
Sebrae-PR	Gestor de Projetos de Turismo – Regional Centro-Sul	Entidade de Apoio
Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural (AECITUR)	Presidente	Associação
Atrativo Turístico A	Diretor	Setor Público
Atrativo Turístico B	Supervisor do Atendimento ao Visitante	Setor Público
Empreendedor A	Proprietário do Empreendimento Turístico	Setor Privado – Chácara (Produtor Orgânico)
Empreendedor B	Proprietário do Empreendimento Turístico	Setor Privado – Pesque-Pague
Empreendedor C	Proprietário do Empreendimento Turístico	Setor Privado – Restaurante
Empreendedor D	Gerente do Empreendimento Turístico	Setor Privado – Meio de Hospedagem
Empreendedor E	Proprietário do Empreendimento Turístico	Setor Privado – Vinícola

FONTE: Elaboração própria.

### 3.4.2 Instrumento para obtenção dos dados

O roteiro de entrevistas, composto por questões abertas (21 questões no total), permitiu maior flexibilidade ao entrevistado no momento de expor suas idéias. Este foi planejado para atender os objetivos e fins da pesquisa (ver Apêndice B), orientando o trabalho da pesquisadora. Nesse entendimento, os quadros 7 e 8 apresentam as categorias analíticas de pesquisa, seus indicadores e as fontes de coleta dos dados, relacionado-os ao referencial teórico e ao instrumento de coleta de dados.



Quadro 7 Relação entre Categorias Analíticas de Pesquisa (Rede de Cooperação), Indicadores, Referencial Teórico, Fontes da Informação e Instrumento de Coleta de Dados

<b>CATEGORIA ANALÍTICA DE PESQUISA: REDE DE COOPERAÇÃO</b>			
<b>INDICADORES (MODELO DE PORTER)</b>	<b>REFERENCIAL</b>	<b>FONTE DA INFORMAÇÃO</b>	<b>PERGUNTA DO ROTEIRO DE ENTREVISTA</b>
<b>Cooperação entre os atores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR</b>	Balestro (2004), Beni (2006), Costa (2005), Cunha e Cunha (2006), Curtis (2008), Thomazi (2006).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 13) Quais são as ações cooperadas que sua organização desenvolve com as demais instituições do Circuito Italiano visando o desenvolvimento do turismo na região? Questão 14) Existem acordos de cooperação entre as organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural em relação: a) Aos fornecedores? b) Ao treinamento da mão-de-obra? c) À melhoria da infra-estrutura turística? d) À melhoria da qualidade do serviço turístico? e) À promoção e divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural?
<b>Estratégia e Estrutura dos Setores Econômicos Atuais e Potenciais</b>	Cunha e Cunha (2006), Frota (2006), Porter (1999), Rebolledo, Arjona e Ibarra (2003), Silva J. (2004) e Thomazi (2006).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 11) Descreva como é o seu relacionamento com as demais organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural. Questão 15) Como você avalia a cooperação entre os atores do Circuito Italiano de Turismo Rural desde o início do Circuito até os dias de hoje? Questão 19) Você acredita que existe alguma barreira para a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural? O que deveria ser feito para eliminar esta barreira?
<b>Condições de Fatores de Produção</b>	Cunha e Cunha (2006), Frota (2006), Porter (1999), Rebolledo, Arjona e Ibarra (2003), Silva J. (2004) e Thomazi (2006).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 14) Existem acordos de cooperação entre as organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural em relação: a.1) Ao estabelecimento de vínculos com fornecedores de infra-estrutura (transporte, saneamentos, energia, dados, logística)? b) Ao treinamento da mão-de-obra? f) À melhoria das condições de vida da população local? h) À conscientização ambiental? i) À preservação e melhoria do produto turístico?
<b>Condições de Demanda nos Mercados</b>	Cunha e Cunha (2006), Frota (2006), Porter (1999), Rebolledo, Arjona e Ibarra (2003), Silva J. (2004) e Thomazi (2006).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 14) Existem acordos de cooperação entre as organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural em relação: d) À melhoria da qualidade do serviço turístico? e) À promoção e divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural? g) À introdução de inovações? i) À preservação e melhoria do produto turístico?
<b>Setores Correlatos e de Apoio</b>	Cunha e Cunha (2006), Frota (2006), Porter (1999), Rebolledo, Arjona e Ibarra	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos	Questão 14) Existem acordos de cooperação entre as organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural em relação: a.2) Atração de novos fornecedores? j) A cooperação com outros setores de apoio

	(2003), Silva J. (2004) e Thomazi (2006).	Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	como empresas de transporte, agências divulgadoras, hotéis e empresas terceirizadas?
<b>Entidades Representativas</b>	Cunha e Cunha (2006), Mamberti e Braga (2004).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 12) A sua organização é membro de algum outro grupo ou associação ligada ao desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR? Este tipo de associação traz algum benefício à sua organização?
<b>Governo</b>	Cunha e Cunha (2006), Frota (2006), Mamberti e Braga (2004), Porter (1999), Rebolledo, Arjona e Ibarra (2003), Silva J. (2004) e Thomazi (2006).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 16) Existem reuniões periódicas entre os atores para discussão dos assuntos relacionados ao Circuito Italiano de Turismo Rural e ao desenvolvimento do turismo na região? Quando e Como elas ocorrem? Você participa dessas reuniões? Questão 17) Existe algum sistema integrado de informações e um acompanhamento periódico dos dados à respeito do desenvolvimento do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural? Questão 18) Como você avalia o papel do poder público em prol do desenvolvimento do turismo local? Existem políticas de controle da poluição ambiental e de fomento do Circuito Italiano de Turismo Rural?

FONTE: Elaboração própria.

### Quadro 8 Relação entre Categorias Analíticas de Pesquisa (Desenvolvimento do Turismo), Indicadores, Referencial Teórico, Fontes da Informação e Instrumento de Coleta de Dados

<b>CATEGORIA ANALÍTICA DE PESQUISA: DESENVOLVIMENTO DO TURISMO</b>			
<b>INDICADORES (DESENVOLVIMENTO DO TURISMO)</b>	<b>REFERENCIAL</b>	<b>FONTE DA INFORMAÇÃO</b>	<b>PERGUNTA DO ROTEIRO DE ENTREVISTA</b>
<b>Dimensão Econômica</b>	Beni (2006), Pearce (2002), Rabahy (2003), Sampaio (2004), Schneider e Fialho (2000).	1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR. 2) Dados Secundários.	Questão 20) Você acredita que a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano influenciou o desenvolvimento do turismo em Colombo? Comente os principais resultados em relação ao desenvolvimento social, econômico e ambiental do município.  Indicadores para análise: a) Geração de empregos relacionados ao turismo (diretos e indiretos). b) Renda proveniente do turismo. c) Estímulo ao empresariado local para novos investimentos no setor e em empreendimentos turísticos e de lazer locais. d) Incentivo às atividades econômicas locais já existentes.

			<p>Questão 21) Na sua opinião, existe alguma situação que precisa ser melhorada no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo visando o desenvolvimento do turismo local? Justifique.</p>
<b>Dimensão Social</b>	Beni (2006), Candiotto (2007), Coriolano (2003), OMT (2003), Rabahy (2003), Sampaio (2004), Schneider e Fialho (2000).	<p>1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR.</p> <p>2) Dados Secundários.</p>	<p>Questão 20) Você acredita que a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano influenciou o desenvolvimento do turismo em Colombo? Comente os principais resultados em relação ao desenvolvimento social, econômico e ambiental do município.</p> <p>Indicadores para análise:</p> <p>e) Infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local.</p> <p>f) Investimentos sociais os quais atendem à comunidade residente e foram financiados, em parte pelo turismo.</p> <p>g) Taxa de alfabetização e acesso a educação por parte da comunidade residente.</p> <p>h) Conservação do patrimônio cultural.</p> <p>i) Formação de associações.</p> <p>j) Orgulho da população em relação a sua cultura e relacionamentos da mesma com os visitantes.</p> <p>Questão 21) Na sua opinião, existe alguma situação que precisa ser melhorada no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo visando o desenvolvimento do turismo local? Justifique.</p>
<b>Dimensão Ambiental</b>	Beni (2006), OMT (2003), Sampaio (2004).	<p>1) Entrevista com os atores sociais: Secretaria Municipal de Turismo, Atrativos Turísticos, Empreendimentos Turísticos, SEBRAE-PR e AECITUR.</p> <p>2) Dados Secundários.</p>	<p>Questão 20) Você acredita que a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano influenciou o desenvolvimento do turismo em Colombo? Comente os principais resultados em relação ao desenvolvimento social, econômico e ambiental do município.</p> <p>Indicadores para análise:</p> <p>k) Conservação dos recursos naturais.</p> <p>l) Existência de projetos que incentivam a educação ambiental dos residentes e turistas.</p> <p>Questão 21) Na sua opinião, existe alguma situação que precisa ser melhorada no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo visando o desenvolvimento do turismo local? Justifique.</p>

FONTE: Elaboração própria.

### 3.5 FORMA DE ANÁLISE DE DADOS

Recomenda-se que a forma de análise de dados seja planejada antes da coleta dos mesmos (RICHARDSON, 1999). De acordo com Dencker (1998, p.159), “o objetivo da análise é reunir as observações de maneira coerente e organizada, de forma que seja possível responder ao problema de pesquisa”. Dessa forma, ao realizar a interpretação dos dados, promove-se uma aproximação entre o conhecimento pré-existente da situação e os dados que foram coletados.

A primeira etapa da análise de dados englobou a interpretação das informações coletadas a partir da pesquisa bibliográfica e documental, as quais auxiliaram na composição do processo de entrevistas semi-estruturadas. Esta etapa caracterizou-se pela análise documental, caracterizada por englobar “uma série de operações que visam estudar e analisar um ou vários documentos” (RICHARDSON, 1999, p.230).

Em seguida, na segunda etapa, realizou-se a análise de conteúdo dos dados coletados nas dez entrevistas semi-estruturadas. De acordo com Bardin (1977, *apud* TRIVIÑOS, 1987, p.160), a análise de conteúdo é,

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens.

Conforme ressaltado por Bardin e seguindo as considerações relativas ao método de análise do conteúdo, salienta-se que foram realizadas as três etapas básicas descritas: pré-análise, descrição analítica e interpretação inferencial (TRIVIÑOS, 1987).

Na fase de pré-análise ocorre a organização do material. Além disso, são definidos as fontes e documentos que serão consultados, formulados os objetivos e hipóteses da pesquisa e definido o campo no qual o pesquisador deve fixar a sua atenção. A segunda etapa compreende a descrição analítica, onde os “procedimentos como a codificação, a classificação e a categorização são básicos nesta instância do estudo” (TRIVIÑOS, 1987, p.161). Na terceira fase, denominada de interpretação referencial, permite-se a reflexão e realização de leitura da transcrição das entrevistas com o objetivo de verificar uma correspondência entre o a cooperação e o desenvolvimento do turismo. A análise de conteúdo fundamentou-se nas percepções que puderam representar os pontos de vista dos atores inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural com relação à rede de cooperação entre os mesmos.

Vale a pena ressaltar que embora a entrevista seja uma discussão preferencialmente subjetiva, houve atenção ao procedimento objetivo de

interpretação e análise dos dados por parte do pesquisador (DUARTE J., 2005). Para que o objetivo do estudo fosse plenamente alcançado, efetuou-se na etapa final a triangulação dos dados obtidos através das fontes secundárias e das entrevistas (CRESWELL, 2007).

Para se atingir um melhor entendimento da operacionalidade metodológica empregada no presente estudo, elaborou-se uma síntese (Cf. quadro 9).

Quadro 9 Síntese da Metodologia

CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA		ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA	
<b>Metodologia e Tipo de Pesquisa</b>	Qualitativa Exploratória/Descritiva	<b>Objeto Empírico</b>	Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR
<b>Método</b>	Estudo de Caso	<b>Quantidade de Casos</b>	Único
<b>Fontes para Coleta de Dados</b>	Pesquisa Bibliográfica Pesquisa Documental Entrevistas Semi-Estruturadas	<b>Unidade de Análise</b>	Atores Sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR
<b>Análise dos Dados</b>	Análise Documental Análise de Conteúdo (triangulação dos dados)	<b>Critério de Seleção da Amostra</b>	Adesão
<b>Perspectiva Temporal</b>	Corte transversal com análise longitudinal	<b>Enfoque de Observação</b>	Relação entre a rede de cooperação e desenvolvimento do turismo local

FONTE: Elaboração própria.

### 3.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A temática redes de cooperação e desenvolvimento do turismo, principalmente quando abordada sob perspectiva local, é considerada recente e escassa em termos de literatura nacional e internacional.

Outro ponto que transpareceu durante a pesquisa foi a existência de abordagens análogas ao termo aglomerados, dificultando o trabalho da pesquisadora na construção da base teórica do estudo. A escolha das categorias analíticas e indicadores de pesquisa fundamentou-se em uma extensa revisão bibliográfica e documental, procurando alinhar o enfoque de redes de cooperação e

desenvolvimento do turismo à Teoria dos Aglomerados de Porter (1999), para atingir os objetivos propostos ao trabalho.

Ainda em relação ao ponto de vista teórico, o presente estudo não teve a intenção de explorar, de forma exaustiva, todos os elementos relacionados à cooperação, como inovação, tecnologia e confiança. O intuito foi concentrar a abordagem conforme os objetivos da pesquisa.

Pode-se citar ainda como limitação a ausência de dados relacionados à demanda turística no município de Colombo, no que se refere ao perfil do turista, motivo da viagem, permanência e gastos no município. Neste sentido, a falta de um instrumento eficaz de pesquisa e de um controle efetivo dos dados relacionados ao turismo resulta na inexistência de um referencial completo sobre o fluxo de turistas na região.

Também há de se considerar as limitações de ordem metodológica. No que diz respeito à amostra, ressalta-se a limitação relativa ao acesso aos entrevistados e a dificuldade, em alguns casos, destes compreenderem o significado das questões.

Paralelamente salienta-se que o estudo teve um corte transversal com perspectiva longitudinal, fator limitante para alguns entrevistados cujas respostas associaram-se a um contexto mais atual do desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural. Isto devido os mesmos não possuem dados sobre o período mais antigo do Circuito. Para atenuar essa limitação, buscou-se complementá-los utilizando fontes secundárias.

É salutar mencionar a atenção da pesquisadora quanto à transcrição das entrevistas e análise destas, trabalhando a mesma com a percepção dos entrevistados a respeito do tema.

## **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Após destacar a revisão de literatura e os aspectos metodológicos da pesquisa, apresenta-se no presente capítulo a análise dos dados e os resultados desta pesquisa, visando atender os objetivos do estudo.

Primeiramente realiza-se a descrição do município de Colombo-PR, buscando identificar as principais características do local. Em seguida promove-se uma análise mais detalhada dos seus aspectos voltados à atividade turística, objetivando apresentar o Circuito Italiano de Turismo Rural e relacionar os atores sociais inseridos no mesmo. No que se refere a forma de organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, salienta-se que esta será detalhada na terceira seção.

A partir das informações obtidas através de entrevistas, e pesquisas bibliográfica e documental, destacam-se na quarta seção a análise e apresentação dos dados relativos às ações de cooperação entre os atores sociais do turismo do Circuito. A quinta seção consiste na avaliação do desenvolvimento do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural. Finaliza-se com a descrição das contribuições da rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural ao desenvolvimento do turismo do município de Colombo-PR.

### **4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO – O MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR**

O município de Colombo, aproximadamente a 19 quilômetros do centro da capital paranaense, insere-se na Região Metropolitana de Curitiba (RMC), considerada a região economicamente mais dinâmica do Paraná (CANDIOTTO, 2007; CASSOU, 2002). Neste sentido, procura-se primeiramente apresentar algumas considerações sobre a Região Metropolitana de Curitiba possibilitando assim, na seqüência, tecer as análises acerca do município de Colombo e do Circuito Italiano de Turismo Rural.

#### 4.1.1 Região Metropolitana de Curitiba

De acordo com a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC, 2009a), esta região foi criada em 1973 (através da lei federal – Lei complementar nº 14/73) e sua configuração inicial compreendia apenas 14 municípios. Segundo Katzinsky (2004), a criação de regiões metropolitanas favorece a identificação dos pólos de desenvolvimento regional, bem como a caracterização de regiões consideradas homogêneas.

Ampliando a explicação, Cassou (2002) salienta que no decorrer do seu desenvolvimento, a RMC sofreu alterações na sua configuração, nos limites de território e na sua gestão. Com base no entendimento de Cassou (2002), cabe esclarecer que a partir de 1995, período em que a RMC se tornou o segundo maior pólo automotivo do país, obtendo assim considerável crescimento populacional, a gestão metropolitana passou a “ser vista como um trabalho coletivo, em que todos os agentes sociais têm papel determinante para o sucesso” (CASSOU, 2002, p.35).

Sob esta ótica, antes de se explanar sobre a gestão da RMC, salienta-se que atualmente a mesma é composta por 26 municípios (Cf. quadro 10 e figura 4) e ocupa uma área de aproximadamente 15,5km<sup>2</sup> (COMEC, 2009b).

Quadro 10 Municípios que compõem a Região Metropolitana de Curitiba (2009)

MUNICÍPIOS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA - 2009			
1- Adrianópolis	8- Campo Largo	15- Fazenda Rio Grande	21- Quatro Barras
2- Agudos do Sul	9- Campo Magro	16- Itaperuçu	22- Quitandinha
3- Almirante Tamandaré	10- Cerro Azul	17- Lapa	23- Rio Branco do Sul
4- Araucária	<b>11- Colombo</b>	18- Mandirituba	24- São José dos Pinhais
5- Balsa Nova	12- Contenda	19- Pinhais	25- Tijucas do Sul
6- Bocaiúva do Sul	13- Curitiba	20- Piraquara	26- Tunas do Paraná
7- Campina Grande do Sul	14- Doutor Ulisses		

FONTE: Adaptado de COMEC (2009a).



Figura 4 Mapa dos municípios que compõem a Região Metropolitana de Curitiba (2009) - Destaque ao município de Colombo

## REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA



FONTE: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=656452>.

NOTA: Mapa adaptado pela autora.

Diante destas informações, Candiotto (2007, p.110) chega a enunciar que a RMC está localizada em um “entroncamento viário de importância nacional”, pois é cortada pela rodovia BR116 no sentido norte-sul, formando um dos mais significativos corredores de escoamento da produção nacional. Assim, Candiotto (2007, p.112) expõe que “quase a totalidade da RMC situa-se no primeiro planalto paranaense”. Ou seja, a oeste da RMC está o segundo planalto paranaense e a leste tem-se a Serra do Mar. As terras do norte da RMC são consideradas de baixa fertilidade, em contrapartida, ao sul “os solos são mais planos” e “a prática agrícola é

intensa” (CANDIOTTO, 2007, p.112). Denota-se, paralelamente, que os espaços urbanos estendem-se na região central da RMC enquanto as áreas rurais se concentram nos círculos mais afastados (CANDIOTTO, 2007).

Dentro do enfoque sobre a dimensão, planejamento e gestão da RMC, Candiotto (2007) defende que os municípios limítrofes a Curitiba, por serem considerados de menor porte quando comparados à capital, são dependentes da circulação econômica procedente de Curitiba. Esta situação é resultado da “concentração de órgãos públicos, indústrias, infra-estrutura, comércio, serviços, receita fiscal e o grande número de habitantes que fazem de Curitiba a cidade mais estruturada, com maior poder de consumo” (CANDIOTTO, 2007, p.110).

Katzinsky (2004) faz um contraponto ao afirmar que a gestão da RMC deve privilegiar a articulação entre os municípios participantes, procurando evitar que os usos indesejáveis da capital (como exemplos: aterros sanitários, lixões, indústrias poluentes e população marginalizada) sejam transferidos aos demais municípios. Cassou (2002) corrobora afirmando que a atual gestão metropolitana da RMC visa a interação ambiental, sócio-econômica e de crescimento entre os municípios.

Para Candiotto (2007), a gestão integrada da RMC tem a importância de fomentar projetos de desenvolvimento que contemplem a conservação dos recursos naturais, pois mesmo situando-se em áreas ambientalmente frágeis, vislumbra-se a existência de atividades industriais, mineradoras e agrícolas intensivas que geram impactos à região.

É interessante perceber que “as atividades agrícolas de diversos membros das famílias rurais da região vêm sendo combinadas com ocupações e atividades não agrícolas” (CANDIOTTO, 2007, p.118), como é o caso do turismo. Dessa forma, observa-se o fenômeno de pluriatividade junto à população do meio rural da RMC.

Considerada uma atividade viável à RMC, o turismo rural vem sendo incentivado por instituições do poder público regional e municipal (CASSOU, 2002). No que se refere ao contexto regional, o turismo rural é fomentado primeiramente pela EMATER (Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural). Esta atua no âmbito regional (propondo e planejando roteiros e circuitos turísticos

aos municípios e propriedades rurais) e em âmbito local (realizando um trabalho de orientação aos agricultores interessados em inserir a atividade turística e de lazer como alternativas de emprego e renda em suas propriedades).

Em seguida, também sob perspectiva regional, o turismo rural na RMC é incentivado pela COMEC, cujo foco principal concentra-se “na busca de conservação ambiental das áreas de mananciais, voltada a garantir o abastecimento de água da população da região” (CANDIOTTO, 2007, p.123).

Referindo-se a constituição dos circuitos turísticos nos municípios vizinhos à Curitiba, Candiotto (2007) menciona a participação conjunta da COMEC, EMATER, Paraná Turismo (PRTUR) e Ecoparaná para a projeção do Anel de Turismo da RMC. Vale ressaltar que a Paraná Turismo e a Ecoparaná são órgãos de turismo do estado, vinculados à Secretaria de Estado do Turismo (SETU). Candiotto (2007, p.123) explica que

Enquanto a Paraná Turismo é o órgão responsável pelo planejamento e execução da Política Estadual de Turismo, o Serviço Social Autônomo Ecoparaná, criado em 1998, é empresa privada, sem fins lucrativos, de interesse coletivo, que presta apoio administrativo e técnico à SETU, por meio do desenvolvimento de projetos e de ações relacionados ao turismo e à cultura.

A partir das informações de Candiotto (2007) e Cassou (2002) observa-se a relevância da proposta do Anel de Turismo da RMC para o desenvolvimento do turismo na Região Metropolitana de Curitiba, com destaque ao município de Colombo.

#### 4.1.2 O Anel de Turismo da RMC

As primeiras ações inseridas no planejamento turístico da Região Metropolitana de Curitiba enfatizavam a criação de roteiros fundamentados nas particularidades étnicas e rurais dos municípios que a compõem. Entretanto, constatando a necessidade de explorar o potencial turístico da RMC de forma adequada devido a presença de áreas frágeis ambientalmente, em 1996 os profissionais da COMEC e EMATER iniciaram um trabalho conjunto no intuito de

implantar e consolidar uma proposta de desenvolvimento local sustentável que favorecesse a região nas áreas social, ambiental e econômica (CANDIOTTO, 2007, CASSOU, 2002).

Candiotto (2007) salienta que as atividades realizadas na RMC, pela COMEC e EMATER, visando projetos de recuperação de áreas ambientais, tiveram início em 1992, através do Programa de Saneamento Ambiental da RMC (PROSAM). Neste programa, por meio do financiamento com recursos do governo estadual, técnicos foram contratados e executaram obras como: construção de tanques, de lavadores de olerícolas, de abastecedores de água e de esterqueiras.

Tais observações se fazem necessárias, pois o interesse dos técnicos da EMATER e COMEC pela realização de projetos, focando o turismo rural na RMC, surgiu após a verificação dos benefícios proporcionados pela construção de tanques visando o incentivo a piscicultura. Estes, posteriormente passaram a ser utilizados para atividades de lazer, como o pesque e pague. Candiotto (2007, p.124) esclarece que “a partir daí, com o apoio da ‘Paraná Turismo’, órgão oficial para assuntos de turismo no governo estadual, foi pensado um ‘Anel de Turismo’ circundante a Curitiba, visando aproveitar o potencial turístico da RMC”.

Em outras palavras, o Anel de Turismo da RMC é uma ação multidisciplinar e multi-institucional para o desenvolvimento das áreas de interesse de preservação ambiental e histórico-cultural. O projeto foi concebido pela EMATER, COMEC, Paraná Turismo e Ecoparaná, contando com o apoio das prefeituras, empresários, proprietários e estabelecimentos comerciais da região (CANDIOTTO, 2007; NASCIMENTO, BELTRÃO, 2004).

Sob esta ótica, Cassou (2002, p.38), corroborando com a leitura de Candiotto (2007) e Nascimento e Beltrão (2004), menciona que o Anel de Turismo tem o enfoque no

[...] desenvolvimento auto-sustentável de áreas de interesse de conservação, como mananciais de águas superficiais e subterrâneas – como a região Kárstica, onde está inserido o Circuito Italiano de Turismo Rural – e áreas de proteção ambiental [...] e também áreas representativas de valores étnicos e culturais das populações que as colonizaram.

Ainda aludindo ao Anel de Turismo Rural da RMC, Candiotto (2007) enuncia que este é um evento de abrangência regional provocado pelas restrições às atividades econômicas passíveis de prejudicar o meio ambiente. Somado a isto, menciona-se que a proposta do Anel de Turismo da RMC foi incentivada objetivando a expansão do turismo rural no Estado e na RMC, e a participação da população e do espaço rural no desenvolvimento econômico e social local. Complementa-se enunciando que a RMC possui uma significativa demanda turística para o turismo rural e este pode ser considerado uma alternativa para incentivar a permanência do produtor rural no campo (CASSOU, 2002).

Com base nos documentos da Ecoparaná (2003), Candiotto (2007, p.125-126) salienta que o Anel de Turismo Rural da RMC também é tido como:

[...] o resultado da integração de atrativos turísticos da região, sejam eles representados pelos roteiros de turismo ou por atrativos ou por atrativos pontuais inseridos ou não nestes roteiros. Estes atrativos podem ser acessados por um Anel Viário, constituído pela composição de estradas municipais, rodovias estaduais e federais. O 'Anel de Turismo' tem, portanto, o propósito de caracterizar um produto único e forte, facilitando a promoção da região como um todo, ampliando e distribuindo a demanda turística e criando âncoras para atrair fluxo turístico aos locais de menor potencial.

Ressalta-se também que o Anel de Turismo da RMC é resultado da divisão da região em sub-regiões. Com base nas características naturais e culturais, estas sub-regiões se inserem nos circuitos turísticos. Em outras palavras, o Anel de Turismo da RMC é constituído pelos circuitos turísticos (CANDIOTTO, 2007).

Há de se frisar que, conforme Nascimento e Beltrão (2004), o Anel de Turismo da RMC abrange onze circuitos, distribuídos em três regiões, conforme quadro 11.

Quadro 11 Circuitos Turísticos que compõem o Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba

ANEL DE TURISMO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA		
Rota	Circuito Turístico	Descrição do Circuito Turístico
<b>A) Rota dos Mananciais</b> Estruturada a partir de rodovias municipais e estaduais, com extensão aproximada de 35km. Compreende os municípios de São José dos Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Campina Grande do Sul e Colombo.	1) Caminho do Vinho	Localizado na comunidade do Mergulhão, município de São José dos Pinhais, na APA do Rio Pequeno.
	2) Circuito Trentino de Turismo Rural	Situado no município de Piraquara e inclui a APA do Rio Piraquara. Neste circuito destaca-se a comunidade rural da Colônia Santa Maria do Tirol de colonização trentina. Engloba atrativos naturais como as áreas de mananciais da Represa do Caigava, o conjunto da Serra do Mar e a construção da Represa do Rio Piraquara. O projeto beneficia 15 produtores e possui sinalização de orientação, inclusive nas propriedades.
	3) Núcleo Urbano de Piraquara	Abrange a sede do município de Piraquara, incluindo seu centro histórico, casarões e a ferrovia que corta o núcleo urbano da cidade.
	4) Caminhos do Mar pela Graciosa	Compreende o antigo trecho da Estrada da Graciosa, abrangendo as comunidades rurais da região. Ressaltam-se como atrativos naturais a Serra da Baitaca, o morro do Anhangava, e a APA da Represa do Rio Iraí. Possui 23 pontos de visitação.
	5) Pólo de Turismo Rural da Colônia Roseira	Abarca o núcleo do entorno da Colônia Roseira é considerada a interligação entre o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo e o município de Campina Grande do Sul.
<b>B) Região do Karst</b> Localiza-se na região norte de Curitiba, abrangendo os municípios de Colombo, Almirante Tamandaré, Campo Largo e Campo Magro. Engloba diversos circuitos de turismo rural, sendo que esta região é caracterizada pelo aquífero subterrâneo de abastecimento de Curitiba.	<b>6) Circuito Italiano de Turismo Rural</b>	Contempla o município de Colombo até a divisa com o município de Bocaiúva do Sul. A área envolve o projeto piloto do aquífero subterrâneo Karst, que abastece a grande parte da RMC.
	7) Circuito da Natureza	Situa-se no município de Almirante Tamandaré, incluindo a Área de Proteção Ambiental e as nascentes do Rio Passaúna.
	8) Circuito Verde que te Quero Verde	Insere-se no município de Campo Magro. Compreende as comunidades rurais da região com seus produtos e serviços. O Morro da Palha é um dos principais atrativos naturais.
<b>C) Região Oeste</b> Região onde predomina a cultura polonesa e se trabalha intensamente com a agricultura. Contempla as represas do Rio Passaúna e Rio Verde.	9) Circuito Estrada do Mato Grosso	Compreende oito pontos de visitação. Abrange a Represa do Passaúna e a Sede de Campo Largo.
	10) Circuito de Turismo Rural de Bateias	Localiza-se no município de Campo Largo, compreendendo a Estrada do Cerne (Região de Bateias). Oferece cerca de 16 pontos de visitação.
	11) Caminhos do Guajuvira	O projeto visa o aproveitamento turístico da comunidade rural de Guajuvira, situada no município de Araucária, cuja estrada de ferro fica às margens do Rio Iguaçu e foi considerada um importante centro de comercialização de produtos agrícolas da região.

FONTE: Nascimento e Beltrão (2004).

Não obstante, é importante reforçar que os circuitos turísticos componentes do Anel de Turismo da RMC “estão em constante desenvolvimento” (CANDIOTTO, 2007, p.130). Candiotto (2007) salienta que os circuitos turísticos implantados e em

funcionamento, na perspectiva da Secretaria de Estado do Turismo, são oito: Circuito Italiano de Turismo Rural (Colombo), Circuito da Natureza (Almirante Tamandaré), Circuito de Tijucas do Sul, Caminhos Trentinos de Turismo Rural da Serra de Piraquara, Circuito de Turismo Rural Verde que Te Quero Verde (Campo Magro), Circuito Estrada do Mato Grosso (Campo Largo), Circuito de Turismo Rural de São Luiz do Purunã (Balsa Nova) e Caminho do Vinho – Turismo Rural (Colônia do Mergulhão – São José dos Pinhais). Assim sendo, Candiotto (2007) procura demonstrar que as modificações nos nomes dos Circuitos inserem-se no planejamento e gestão do Anel de Turismo da RMC. O propósito destas alterações está na ampliação e exploração da potencialidade turística existente na região, através dos circuitos turísticos, objetivando a criação de novos empreendimentos voltados ao turismo e lazer.

Deve-se acrescentar aqui, com base em Candiotto (2007), a não pretensão em explorar de forma exaustiva a discussão sobre as alterações nos nomes dos circuitos turísticos e aqueles implantados atualmente. Faz-se necessário apresentar e enfatizar as informações sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural e o município de Colombo, bases do presente trabalho.

#### 4.1.3 O Município de Colombo

Abordar as informações relativas ao município de Colombo-PR é importante para assegurar o entendimento sobre a constituição e desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Quanto a sua localização e posição geográfica, o município de Colombo situa-se ao norte de Curitiba, aproximadamente a 19 km do centro da capital do estado (conforme mencionado na seção 4.1). Possui uma área territorial de 197,805km<sup>2</sup> (IPARDES, 2009). Destaca-se ainda que Colombo encontra-se a 110 km do Porto de Paranaguá, sendo seus municípios limítrofes (Cf. figura 5) Almirante Tamandaré, Bocaiúva do Sul, Rio Branco do Sul, Pinhais, Campina Grande do Sul e Curitiba (CANDIOTTO, 2007; CASSOU, 2002, KATZINSKY, 2004).

Figura 5 Mapa de Localização de Colombo e seus Municípios Limítrofes



FONTE: IPARDES (2009, p.3).

Candiotto (2007, p.131) assevera que o município encontra-se a 950 metros acima do nível do mar, “no primeiro planalto paranaense, na subdivisão denominada Zona Montanhosa do Açungui”. As coordenadas geográficas do município são: 25° 17’ 30” de latitude sul e 49° 13’ 27” de longitude oeste (IPARDES, 2009). As principais vias de acesso ao município são: BR116; BR476 e PR417 (CANDIOTTO, 2007).

Segundo Cassou (2002, p.41), o clima é subtropical úmido mesotérmico, “com verões frescos (temperatura média inferior a 22°C), invernos com ocorrência de geadas severas e freqüentes (temperatura média inferior a 18°C), não apresentando estação seca”. É salutar mencionar que Colombo “pertence às Bacias Hidrográficas dos Rios Ribeira e Iguaçu” (CANDIOTTO, 2007, p.131). O Rio Iguaçu participa decisivamente na formação de um dos principais rios de Colombo: o Rio Capivari.

Dentre os dados relacionados à história do município, ressalta-se que a primeira denominação oficial de Colombo foi Butiatumirim. Em seguida, devido ao incentivo a colonização e a política imigratória da região, o então presidente da Província do Paraná, Dr. Rodrigo Otávio de Oliveira Menezes, demarcou as terras e as dividiu em lotes. Assim, em 1878, fundou-se a Colônia Alfredo Chaves, atribuindo-se este nome em homenagem ao então Inspetor Geral de Terras e



Colonização, no Rio de Janeiro, Dr. Alfredo Rodrigues Fernandes Chaves, que prestou serviços à Província do Paraná (FERRARINI, 1992; KATZINSKY, 2004). Na seqüência, Ferrarini (1992, p.29) acrescenta que “a colônia Alfredo Chaves, ao ser elevada à categoria de vila, toma a denominação de Colombo, pelo Decreto nº 11, de 8 de janeiro de 1890”. A designação Colombo surgiu em homenagem ao próprio Cristovão Colombo, descobridor das Américas.

Segundo Camargo (2007), Colombo é considerada atualmente uma das maiores e mais significativas colônias de italianos do Paraná. A pesquisadora destaca que os primeiros imigrantes italianos chegaram ao município em 1878, vindos de Morretes, em um grupo chefiado pelo Padre Ângelo Cavalli. Os imigrantes receberam terras do Governo Provincial e em seguida iniciaram o cultivo de uva e a produção de vinho para consumo próprio. Cassou (2002, p.41) faz questão de reforçar que os imigrantes italianos trouxeram à Colombo “a música, sua religiosidade, sua arquitetura, seus jogos, seus implementos agrícolas, enfim, seus costumes e tradições que caracterizam seu jeito peculiar de ser”.

Ferrarini (1992) corrobora com as proposições de Camargo (2007) mencionando que antes da chegada dos imigrantes italianos ao município de Colombo, verificava-se na região a presença de índios, cuja prova mais evidente estava no artesanato lítico. Entretanto, o autor ainda afirma que “antes mesmo da fundação da Colônia Alfredo Chaves, ocorrida em 1878 e emancipada no ano seguinte, a mão de obra escrava fez-se presente nas terras do município” (FERRARINI, 1992, p.49). Katzinsky (2004) elucida que grande parte dos bairros de Colombo originou-se das antigas sesmarias existentes na região.

Em relação ao crescimento econômico de Colombo, Ferrarini (1992) destaca que o avanço de determinados setores acompanhou o desenvolvimento do estado. Nesta perspectiva, Candiotto (2007), com base em Katzinsky (2004), descreve que as atividades econômicas mais relevantes da história do município foram: (a) produção de erva-mate (de 1820 a 1920); (b) surto industrial devido as fábricas de louças e porcelanas (de 1920 a 1930); (c) atividade extrativa mineral, principalmente do calcário (com início em 1890 e ampliada em 1940) e posteriormente de cal e talco (entre 1940 e 1960); (d) agricultura e silvicultura.

Por isto vale ressaltar a constatação de Camargo (2007), pois para a autora, apesar da instalação de indústrias em Colombo nos primeiros anos do século XX, favorecendo o desenvolvimento econômico da região, verificava-se que grande parte da população ainda se dedicava às atividades agrícolas, destacando a produção de milho, uva e feijão, juntamente à extração da erva-mate. Em outras palavras, Ferrarini (1992, p.365) assevera que “a agricultura foi e ainda continua sendo uma das atividades de sustentação econômica do município de Colombo”. Neste sentido, Candiotto (2007) complementa reforçando que a economia de Colombo também se baseia na atividade de mineração de calcário dolomítico. Procura-se demonstrar que em Colombo também se vislumbra o cultivo de produtos orgânicos, mesmo sendo pequena a participação da agricultura no PIB municipal (IPARDES, 2009).

Para que seja possível delinear alguns apontamentos sobre o PIB do município de Colombo, Candiotto (2007, p.134) salienta que “conforme dados do inventário da oferta turística de Colombo (2003), o PIB municipal está dividido em 6,26% proveniente da agropecuária; 33,27% da indústria e 60,47% dos serviços”. O entendimento a respeito do PIB municipal pode ser complementado pelos dados referentes à população economicamente ativa do município e a concentração de trabalhadores na zona urbana, justificando assim a participação significativa das atividades industriais e de serviços no PIB municipal, ao contrário da agropecuária. Conforme os dados mais recentes, como censo do IBGE realizado em 2000, observa-se que a população economicamente ativa do município era de 86.357 habitantes, sendo 82.753 na zona urbana e apenas 3.504 na zona rural (IPARDES, 2009).

Quanto à infra-estrutura instalada no município, observa-se que em 2007 existiam 59.264 unidades consumidoras de energia elétrica, 56.167 unidades atendidas com abastecimento de água e 14.852 unidades com instalações de esgoto (IPARDES, 2009). Candiotto (2007) afirma que, com base no número de habitantes do município de Colombo, pode-se considerar a rede de esgoto como precária. Em relação à infra-estrutura de saúde, Colombo conta atualmente com 33 unidades médicas (PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO, 2009).

Segundo dados do IPARDES (2009), a população do município, considerando-se o ano de 2007, é de 233.916 habitantes, sendo que a grande maioria concentra-se na zona urbana. As informações mais recentes sobre a ocupação da população de Colombo são apresentadas por Candiotto (2007), destacando que no ano de 2005, quando a população do município era de 216.000 habitantes, 207.000 residiam na zona urbana e somente 9.000 na zona rural.

Colombo é um dos municípios da RMC que apresenta os menores índices de concentração da população na zona rural, registrado em 4,56%. Candiotto (2007) ainda acredita que esta baixa porcentagem é explicada pelo êxodo rural e a caracterização de Colombo como uma cidade dormitório, pois uma elevada taxa dos residentes, destacando a zona sul, trabalha em Curitiba. Segundo Katzinsky (2004), a população urbana de Colombo concentra-se no setor sul do município, mais especificamente no bairro Maracanã, limite com Curitiba.

Por conseguinte, na visão de Camargo (2007), os problemas ocorridos em Colombo e relacionados à distribuição da população no município podem ser parcialmente explicados através da análise sobre a expansão populacional ocorrida a partir da década de 1970. Em outras palavras, o crescimento da população provocou o estabelecimento de loteamentos localizados principalmente na parte sul do município, cortada pela BR116 (conexão com São Paulo). Estes foram ocupados por indivíduos vindos do interior do estado em busca de empregos na cidade de Curitiba. Entretanto, estes loteamentos situavam-se às margens da rodovia e distante da sede do município. Sob esta perspectiva, Camargo (2007, p.70) reforça que

Esses loteamentos estabeleceram dois perfis no município, o primeiro dos descendentes de imigrantes italianos, em sua maioria produtores rurais, estabelecidos em regiões mais preservadas e menos densamente povoadas; o segundo formado por pessoas que moram em regiões densamente povoadas, muitas vezes com infra-estrutura precária e que se mudaram para o município em busca de emprego e de oportunidades e que muitas vezes não conseguiram esses objetivos.

O ponto de vista de Camargo (2007) é reforçado por Candiotto (2007), pois para este, o município de Colombo divide-se em quatro setores. Primeiramente há o centro urbano, também chamado de sede do município. A região é considerada

tranqüila e concentra a maioria dos serviços públicos municipais, a Igreja Matriz do Município, e a Rua XV de Novembro, com os Bancos, Prefeitura, Biblioteca Pública e principais estabelecimentos comerciais do município. Candiotto (2007) assevera que na sede do município não há meios de hospedagem, prejudicando em muitos casos a permanência dos turistas. A maioria das empresas mineradoras de calcário dolomítico localiza-se no entorno da sede. Entretanto, promovem o descontentamento da população devido aos resíduos gerados.

O segundo setor é caracterizado pelo predomínio da área rural, especificamente nas regiões norte e leste do município. Neste setor verifica-se a paisagem rural e grande parte dos atrativos do Circuito Italiano de Turismo Rural. Há também hotéis-fazenda e chácaras de lazer. Contudo observa-se neste setor a presença de indústrias, supermercados e mineradoras, atividades características da zona urbana (CANDIOTTO, 2007). O terceiro setor refere-se ao entorno da Rodovia da Uva, na zona oeste. A região é ocupada por residências, estabelecimentos comerciais e alguns atrativos do Circuito Italiano de Turismo Rural (CANDIOTTO, 2007), havendo também chácaras e propriedades rurais.

Candiotto (2007) complementa afirmando que na região sudeste do município fica a Colônia Faria, composta por pequenas propriedades rurais e igrejas antigas. Ainda nesta região é possível encontrar residências e chácaras de segunda residência. Destaca-se também que nas proximidades da BR116 aparecem as indústrias, hotéis e outras atividades. Já na região nordeste, no entorno da Estrada da Ribeira, encontram-se áreas de silvicultura.

O quarto e último setor é a periferia urbana da zona sul, destacando o bairro do Maracanã. Esta região abriga a maior parte da população do município. Candiotto (2007, p.137) salienta que “a ocupação dessa região é recente, e se deu de forma desordenada por habitantes marginalizados de Curitiba”. Neste sentido, a Prefeitura instalou uma subprefeitura no bairro Maracanã. Na região ainda se vislumbram problemas sociais, pois a população desta área possui precárias condições de sobrevivência como “a falta de saneamento básico, falta de vias de pedestres, a falta de asfaltamento e a falta de espaços públicos de lazer” (CANDIOTTO, 2007, p.137).

Sob esta ótica, Camargo (2007) acrescenta que a Prefeitura de Colombo tem realizado ações visando fomentar a economia local, minimizando a imagem adquirida de um município com elevados índices de violência e pobreza. Entretanto, as opções de desenvolvimento para o município devem levar em consideração, sobretudo, a fragilidade ambiental do município, evitando impactos negativos à região. Candiotto (2007, p.140) explica que Colombo insere-se em uma “área de rochas cársticas, altamente friáveis, que formam o substrato rochoso do Aquífero Karst, e em área de manancial superficial e subterrâneo de abastecimento de água para a população da RMC”.

Deste modo, o turismo foi considerado uma atividade econômica de menor impacto ao município de Colombo, possibilitando oportunidades de emprego, renda e lazer à região. Neste sentido, a proposta do Circuito Italiano de Turismo Rural caracterizou-se como uma alternativa de avanço do município visando melhorar a imagem local, a auto-estima dos agricultores e da população, os cuidados com a proteção ambiental e o desenvolvimento socioeconômico de Colombo (CAMARGO, 2007; CANDIOTTO, 2007; CASSOU, 2002).

#### 4.2 O CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

O turismo rural surgiu em Colombo como uma oportunidade de aproveitamento dos recursos e potencialidades disponíveis no local. Originalmente, a proposta do turismo rural ao município foi resultado das políticas de preservação ambiental e cultural da região, aliadas à visão de desenvolvimento da área rural, proporcionando renda e emprego aos proprietários rurais (CASSOU, 2002; CAMARGO, 2007).

No âmbito do projeto do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba, lançou-se, em 1999, o Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo. Este é considerado iniciativa pioneira de implantação de um roteiro turístico na RMC destinado ao público em geral (CAMARGO, 2007; CANDIOTTO, 2007; CASSOU, 2002).

O Circuito Italiano de Turismo Rural teve seu projeto inicial concebido em 1998. Entretanto, sua implantação no município ocorreu somente no dia 05 de fevereiro de 1999, coincidindo com a Festa da Uva em Colombo (CASSOU, 2002). De acordo com a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008), o projeto de criação e instalação do Circuito envolveu como parceiros a EMATER, COMEC, Paraná Turismo, Ecoparaná e a Prefeitura Municipal de Colombo. CandiOTTO (2007, p.244) assegura que a proposta do Circuito Italiano de Turismo Rural “[...] foi elaborado pela EMATER e Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Agricultura de Colombo (SEMAA), que contaram com o apoio da COMEC. Em contrapartida, “as ações da ECOPARANÁ e Paraná Turismo foram mais pontuais e operacionais, sendo concentradas na etapa de divulgação do CITUR”.

Cassou (2002) salienta que a EMATER, através de um grupo de Gestão de Projetos, criou, primeiramente, um projeto piloto de desenvolvimento do turismo rural, com base em um roteiro étnico, para o município de Almirante Tamandaré. Todavia, devido dificuldades em Almirante Tamandaré, o projeto não foi executado, levando o grupo a desenvolver o projeto no município de Colombo, através do Circuito Italiano de Turismo Rural. O apoio da Prefeitura Municipal de Colombo, através do Departamento de Turismo, ligado a Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, é tido como um dos principais fatores para o desenvolvimento do projeto do Circuito Italiano de Turismo Rural no município (CANDIOTTO, 2007).

A organização do Circuito Italiano de Turismo Rural viabilizou a existência de uma oferta turística já existente na região, representada pelos empreendimentos que ofereciam áreas de lazer ou comercializavam produtos e serviços característicos da região, como vinho, doces, frutas, refeições, entre outros. Evidencia-se que, antecipando-se ao Circuito Italiano de Turismo Rural, a EMATER, em parceria com a Prefeitura Municipal de Colombo, realizou um levantamento prévio do potencial turístico tanto das propriedades urbanas e rurais quanto das demais propriedades que já ofertavam atrativos ou produtos passíveis de serem direcionados ao turismo. O projeto do Circuito Italiano de Turismo Rural, a partir de então, direcionou suas ações às propriedades que apresentavam potencial de participação e condições de desenvolvimento do turismo nas suas instalações (CANDIOTTO, 2007).

Tal como Camargo (2007) e Cassou (2002) afirmam, no início do projeto do Circuito Italiano de Turismo Rural havia empreendimentos chamados de âncoras, ou seja, capazes de receber visitantes, oferecendo suporte à entrada de novos empreendimentos no Circuito e fortalecendo o desenvolvimento do mesmo. Por conseguinte, Candiotto (2007, p.73) observa que o Circuito Italiano de Turismo Rural “foi inaugurado com 12 empreendimentos privados e outros atrativos públicos e privados como praças, parques e igrejas.” Sob outra égide, conforme a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008), o Circuito Italiano de Turismo Rural é composto, atualmente, por 52 empreendimentos.

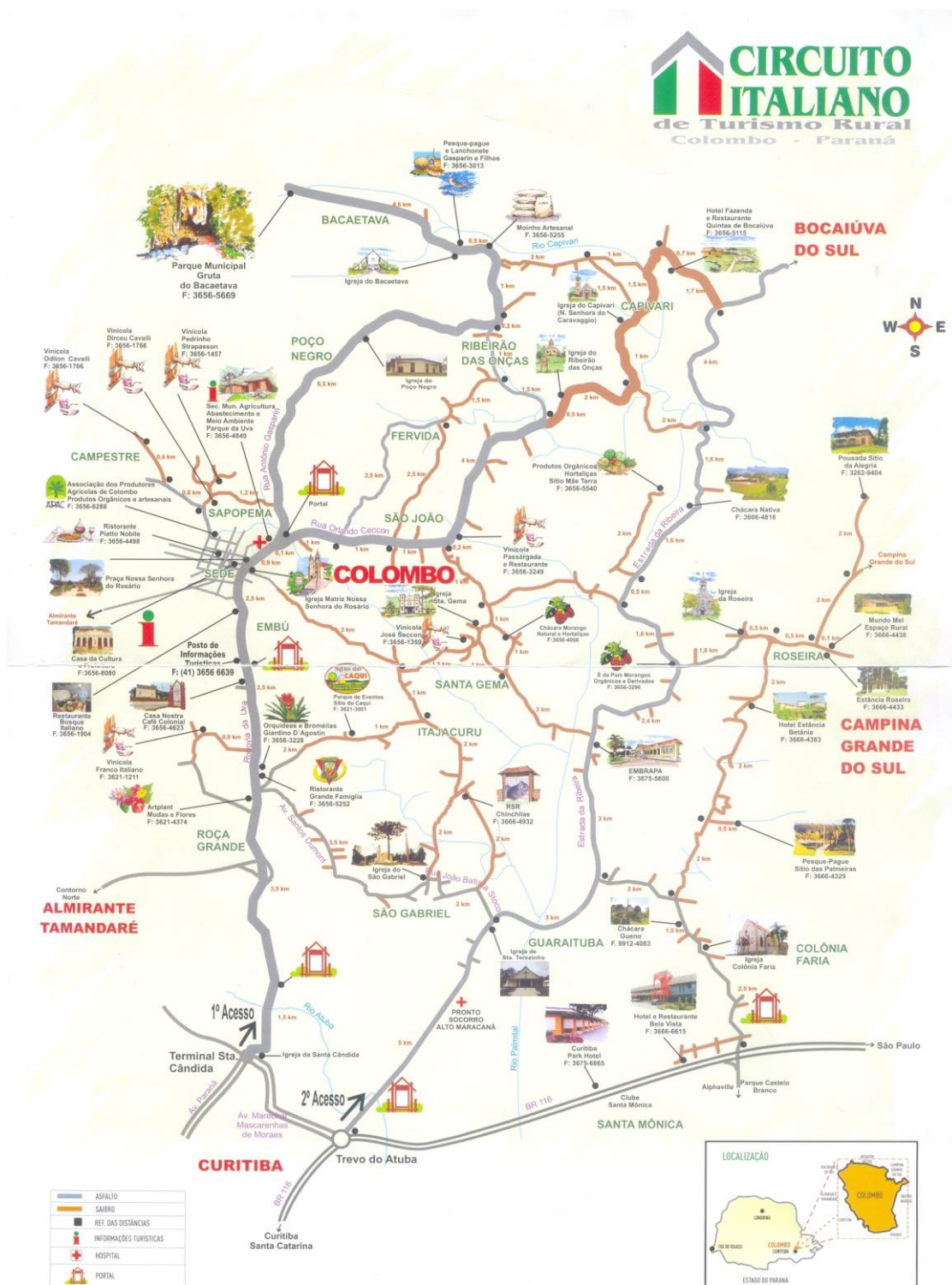
Katzinsky (2004) procura demonstrar que o Circuito Italiano de Turismo Rural retrata a realidade da cultura local do município de Colombo através de atividades econômicas com fins turísticos. Assim sendo, o Circuito Italiano de Turismo Rural é “um roteiro de caráter institucional, com pontos turísticos distribuídos em um itinerário, cujo percurso é de escolha do usuário, pois se constitui em um roteiro do tipo faça você mesmo” (NITSCHKE, 2000 *apud* CANDIOTTO, 2007, p.246).

Quanto ao percurso do Circuito Italiano de Turismo Rural, observa-se que o mesmo se desenvolve num trajeto que passa pelas comunidades rurais de Bacaetava, Campestre, Itajacuru, Prado, Colônia Faria, Roseira, Santa Gema, Fervida, Sapopema, Capivari, Ribeirão das Onças e São João (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE COLOMBO, 2008). Verifica-se que aproximadamente dois terços do trajeto é asfaltado, enquanto o remanescente é caracterizado por estradas de saibro que oferecem condições de tráfego (CANDIOTTO, 2007). O que se nota, portanto, é que o Circuito Italiano de Turismo Rural possui dois trajetos que se interligam. Candiotto (2007, p.246) ressalta que

[...] o trajeto principal, na parte oeste do município, tem início na Rodovia da Uva, atravessa a sede do município e engloba os bairros/comunidades de Roça Grande, Embu, Sapopema, Campestre, São João, Fervida, Poço Negro, Ribeirão das Onças, Capivari e Bacaetava [...]. O segundo trajeto situa-se a leste do município, tendo como eixo principal a Estrada da Ribeira e circunda os bairros/comunidades de Guaraituba, São Gabriel, Colônia Faria, Itajacuru, Santa Gema e Roseira.

O mapa do Circuito Italiano de Turismo Rural permite a observação dos trajetos, atrativos turísticos e empreendimentos inseridos no mesmo (Cf. figura 6).

Figura 6 Mapa do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo



FONTE: Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008).

NOTA: O mapa se insere no folheto de divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural entregue aos turistas.



De acordo com Camargo (2007), os dois principais acessos ao Circuito Italiano de Turismo Rural são sinalizados com placas indicativas, (de cor vermelha e no formato de uma casa), sendo também chamadas de “Totens”. Estas placas se tornaram a marca do Circuito e também podem ser encontradas nos principais entroncamentos do município, como em frente aos atrativos turísticos e empreendimentos participantes do roteiro (Cf. figuras 7 e 8).

Figura 7 Placa de Sinalização em frente a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo



FONTE: Elaboração Própria.

NOTA: Fonte das Imagens – CZAJKOWSKI, nov/2008.

Figura 8 Placa de Sinalização em frente ao Parque Municipal Gruta da Bacaetava



FONTE: Elaboração Própria.

NOTA: Fonte das Imagens – CZAJKOWSKI, nov/2008.

Em se tratando de atividade turística e devido à grande quantidade de atrativos e empreendimentos inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural, vale destacar, com base nos dados da Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008), como sugestão aos turistas, os cinco roteiros de um dia que contemplam os atrativos e propriedades participantes do Circuito. Os nomes dos roteiros basearam-se nas cinco das sete províncias da região de Vêneto (Itália), consideradas mais significativas quanto à colonização de Colombo. Em outras palavras, destacam-se os roteiros: Treviso, Veneza, Vicenza, Padova e Belluno. Deste modo, Camargo (2007, p.82) relata que os roteiros de um dia abrangem “todas as propriedades e atrativos turísticos dentro de uma determinada região, facilitando a movimentação do visitante [...]”, pois “[...] cada um concentra um pouco de todos os aspectos do Circuito, ou seja, vinícolas, igrejas, parques, produtos orgânicos”.

Amparando-se nas informações apresentadas pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008) e por Camargo (2007), constata-se que o desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural está diretamente relacionado à integração existente entre os atrativos turísticos, empreendimentos (turísticos e de lazer) e as organizações de apoio, inseridos no mesmo. Para uma melhor compreensão dos atores sociais do turismo, participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural, apresentam-se na seção a seguir os atrativos turísticos, empreendimentos turísticos, de lazer, e as organizações de apoio inseridas no circuito.

#### 4.3 ATRATIVOS, EMPREENDIMENTOS E ORGANIZAÇÕES DE APOIO DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

Nesta apresentação dos atrativos, empreendimentos e organizações de apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural, consideram-se as informações obtidas com a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008) e SEBRAE-PR (2008), aliadas aos dados secundários, especialmente os guias e mapas turísticos do circuito.

Em Colombo, os atrativos turísticos (naturais, históricos e culturais) distribuem-se nas áreas urbana e rural do município. Neste sentido, destacam-se o

Parque Municipal Gruta do Bacaetava, Parque Municipal da Uva, Praça Nossa Senhora do Rosário, Embrapa Florestas, Casa da Cultura e Igrejas (marcos da religiosidade da colonização italiana no município).

Outro dado importante que merece ser ressaltado refere-se à Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo (APAC). Esta se encontra desativada “em virtude de problemas organizacionais” (CANDIOTTO, 2007, p.252), entretanto, mesmo não constando na relação dos atrativos e empreendimentos pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural, ainda é informada no mapa do Circuito.

Além dos atrativos turísticos, o Circuito Italiano de Turismo Rural oferece outros pontos de visitação. Primeiramente menciona-se o Posto de Informações Turísticas, localizado na Rodovia da Uva, onde os turistas podem receber informações, *folders* e folhetos do Circuito Italiano de Turismo Rural, bem como agendar visitas às propriedades, acompanhados dos guias credenciados pelo Ministério do Turismo. O Circuito também é composto pelos empreendimentos turísticos, neste caso: vinícolas, restaurantes, hotéis e pousadas, chácaras (produtores orgânicos, criações de animais e produtores agro-industriais) e pesque-pague. Salienta-se ainda a participação de outros empreendimentos como a Artplant Comércio de Mudas e Plantas que se dedica a venda de mudas de hortaliças e flores, e os empreendimentos que apenas comercializam produtos característicos do município, sem receber visitantes, como a Chácara Gueno (artesanato em palmeiras), Da Cantina (conservas, geléias e suco de uva) e Darcísio Klein (derivados e embutidos da carne suína).

Assevera-se que nesta seção não se pretende abordar exaustivamente o detalhamento dos atrativos e empreendimentos turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural e sim concentrar-se nas características relevantes das organizações de apoio do roteiro. Os dados sobre os participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural, em especial, dos atrativos e empreendimentos turísticos do roteiro, poderão ser localizados através do Apêndice C.

#### 4.3.1 Organizações de Apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural

No que tange às organizações de apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural, é salutar mencionar que a análise se faz necessária, uma vez que o desenvolvimento do turismo no município de Colombo está diretamente ligado ao trabalho realizado pelas mesmas em prol da organização do roteiro. Nesta perspectiva, salienta-se que a relação das organizações de apoio apresentada no presente estudo remete-se às informações fornecidas pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008). Focando justamente estas informações, selecionou-se as organizações de apoio mais próximas à idéia de cooperação no turismo.

Segundo Hastenreiter Filho (2004), as organizações de apoio, também chamadas de agentes de desenvolvimento, atuam no fomento do processo de construção e desenvolvimento de uma rede de cooperação. Sob esta ótica, as organizações de apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural são, a seguir, relacionadas.

##### 4.3.1.1 Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR (AECITUR)

A criação da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR (AECITUR), a partir da iniciativa dos empreendedores do circuito, ocorreu no ano de 2006. Segundo Candiotto (2007, p.139), o objetivo da constituição da associação era o de oferecer autonomia aos empreendedores para que estes pudessem “desenvolver ações e angariar recursos para o CITUR e, conseqüentemente, para seus empreendimentos”.

De acordo com a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008), a AECITUR é uma entidade que participa da organização e gestão do Circuito Italiano de Turismo Rural. O atual presidente da AECITUR salienta que a diretoria da associação possui o mandato de dois anos e que nem todos os empreendimentos do circuito estão associados. Porter (1999) defende que as associações inseridas em aglomerados podem representar a totalidade ou a maioria dos participantes do aglomerado. Verificou-

se que a não participação de todos os empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural pode ser parcialmente explicada pela crença de que a responsabilidade pelo desenvolvimento do circuito é exclusiva do poder público, conforme relato:

O objetivo da AECITUR é profissionalizar os empreendedores. Não são todos sócios, hoje nós temos vinte e oito empreendimentos que estão associados à AECITUR. Mas existe um grupo que é sócio, a gente batalha e o objetivo nosso foi primeiramente dar uma característica jurídica para a Associação e propiciar o desenvolvimento profissional. Com a característica jurídica você tem uma série de situações que você se habilita: financiamentos, não que a Associação vá tomar financiamento para o empreendedor, mas o empreendedor estando associado, ela tem mais benefícios a trazer para o empreendedor com relação a isto. Além disso, têm as orientações e treinamentos.

De acordo com o Presidente da AECITUR, a importância da Associação justifica-se na possibilidade de se oferecer um espaço para que os empreendedores locais associados recebam orientações, apresentem idéias e discutam soluções em prol do desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural. A análise dos objetivos da AECITUR permite observar que estes se alinham às proposições sobre cooperação defendidas por Casaroto Filho e Pires (2001), Porter (1999) e Verschoore Filho (2003), pois os objetivos coletivos dos atores inseridos em um aglomerado de turismo são atingidos quando se privilegia o trabalho conjunto entre os mesmos. Para Porter (1999, p.274) as associações exercem funções importantes nos aglomerados de turismo principalmente por atuarem como interface com o setor público.

#### 4.3.1.2 Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER)

Procurando aprimorar o entendimento sobre as ações das organizações de apoio no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo, salienta-se o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), entidade que foi criada em 1977, através da Lei 6.969, atuando na extensão rural do Paraná. A EMATER é caracterizada como uma autarquia do governo do Estado do Paraná e teve um importante papel na implantação do Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba e do Circuito Italiano de Turismo Rural, conforme mencionado na seção 4.1.2 (EMATER, 2008).

Em paralelo, é importante ressaltar que a EMATER apresenta como missão contribuir, de forma participativa e educativa, para o desenvolvimento rural sustentável, promovendo a cidadania e a qualidade de vida da população rural (CANDIOTTO, 2007; EMATER, 2008). Outro dado que pode ser considerado relevante em relação à EMATER refere-se ao fomento realizado pela mesma ao desenvolvimento do turismo como alternativa de renda e emprego aos agricultores.

A partir das informações contidas no estudo de Candioto (2007, p.337), assevera-se que apesar do foco central da EMATER fundamentar-se na melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares e na valorização da agricultura familiar, “o direcionamento das ações referente ao turismo rural vem ocorrendo no sentido de transformar o agricultor familiar em um empreendedor do turismo”.

A análise da proposição de Candioto (2007) demonstra que a atuação da EMATER, como agente facilitador no Circuito Italiano de Turismo Rural, ocorreu principalmente através do acompanhamento direto em relação à assistência técnica e extensão rural nas propriedades agrícolas interessadas em desenvolver o turismo rural, isto é, difundindo o conhecimento técnico. Além disso, o desenvolvimento de estratégias no Circuito Italiano de Turismo Rural, baseado numa “política de desenvolvimento econômico com preservação dos espaços rurais” (CANDIOTTO, 2007, p.333) e profissionalização dos proprietários agrícolas, estruturou-se na ação conjunta da EMATER com o setor público e outras organizações de apoio da região.

Sob esta ótica, salienta-se que as ações da EMATER nos municípios paranaenses, visando à promoção do desenvolvimento rural, fundamentam-se no Plano de Trabalho Integrado que a mesma realiza em parceria com o setor público e com os demais agentes de desenvolvimento locais, valorizando atividades coletivas e a cooperação entre os mesmos (EMATER, 2008).

#### 4.3.1.3 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE-PR)

Enfocando-se mais precisamente o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE-PR), constata-se que este é uma instituição técnica que visa a promoção do desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas do Paraná, aliada ao incentivo do empreendedorismo. O SEBRAE-PR é uma entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituído sob a forma de serviço social autônomo, concebido em conformidade com as confederações que representam as forças produtivas nacionais (SEBRAE-PR, 2008).

Dentre as prioridades estratégicas do SEBRAE-PR focadas no turismo, ressaltam-se a promoção e o desenvolvimento sustentável de grupos de micro e pequenas empresas na atividade turística, sendo o turismo considerado um dos setores estratégicos da entidade (SEBRAE-PR, 2008), segundo a afirmação do atual Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR: “Ninguém melhor que o SEBRAE para trabalhar com os micro e pequenos empreendedores que são a maioria nos roteiros turísticos da Região Metropolitana de Curitiba”.

Fazendo-se uma análise mais minuciosa da atuação do SEBRAE-PR no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, observa-se que a entidade realiza ações de apoio ao roteiro desde os primeiros anos após a sua criação, destacando-se atualmente o projeto Turismo nas Rotas do Pinhão e no Litoral do Paraná. O atual Gestor de Turismo do SEBRAE-PR constata que:

Para o SEBRAE o turismo é uma área estratégica para o desenvolvimento de micro e pequenas empresas do Estado do Paraná [...]. Existe dentro do nosso sistema esse projeto de Colombo, do início do projeto de Colombo, desde o atendimento ao Circuito Italiano, até a participação do município nas Rotas do Pinhão.

A criação do projeto Turismo nas Rotas do Pinhão e no Litoral do Paraná, em consonância com a organização regionalizada do turismo do Estado, serviu para atender duas regiões turísticas do Paraná: Rotas do Pinhão (que compreende Curitiba e Região Metropolitana) e Litoral do Paraná (abrangendo sete municípios do litoral). O objetivo do projeto, fundamenta-se na promoção e melhoria da

competitividade e sustentabilidade do setor turístico e das empresas inseridas na cadeia do turismo das Regiões Turísticas Litoral, Curitiba e Região Metropolitana (SEBRAE-PR, 2008), de acordo com o relato a seguir:

Em relação a esse casamento do SEBRAE, da regionalização e de Colombo [...]. Colombo está inserida numa região que é as Rotas do Pinhão, que envolve Curitiba e Região Metropolitana. Então quando o SEBRAE começou a ampliar o atendimento dele no turismo e passou a ter essa possibilidade de atender também Curitiba e Região Metropolitana, foi feito um estudo, de quais seriam os principais municípios para o SEBRAE fazer o atendimento. Porque qual é a premissa do SEBRAE? É o número de pequenas empresas que são geradas por aquele negócio, pelo negócio do turismo. Então foi feito o diagnóstico do potencial turístico e também do número de empreendimentos e serviços que existiam nos roteiros rurais da Região Metropolitana. Então me lembro que naquela época mais ou menos onze municípios foram estudados, daí eles foram hierarquizados, entendeu que o SEBRAE tinha a capacidade de atendimento de quatro municípios e nessa hierarquia ficou Colombo, São José dos Pinhais, Campo Magro e Araucária. Os quatro com roteiros já estruturados, com visitação turística e Colombo também por já ter um histórico de atendimento de alguns anos pelo próprio SEBRAE. Então é bem antigo o atendimento que o SEBRAE faz ali no Circuito Italiano.

Esta última declaração, apesar de enaltecer a inserção do município de Colombo no recente Projeto Turismo nas Rotas do Pinhão e no Litoral do Paraná, com a perspectiva de trabalhar o movimento turístico da Região Metropolitana de Curitiba, apresenta informações relevantes sobre a atuação do SEBRAE-PR no Circuito Italiano de Turismo Rural, caracterizada como anterior ao projeto em questão.

Como forma de demonstrar as ações do SEBRAE-PR em Colombo, o atual Gestor de Projetos de Turismo da entidade também ressaltou o Projeto Gerenciamento Estratégico Orientado para Resultados: RMC – Circuito Italiano de Turismo Rural, realizado no período de 2005 a 2007. O projeto contemplou a participação conjunta do SEBRAE-PR, Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, Secretaria de Estado de Turismo e empreendedores locais, objetivando promover ações conjuntas para consolidar o Circuito Italiano de Turismo Rural como destino turístico da RMC, atuando com um volume constante de visitantes o ano todo, e com os empreendimentos viáveis economicamente.

É salutar mencionar que, conforme relatos do atual Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR, a entidade oferece suporte e orientação ao trabalho



conjunto dos agentes locais. Em especial, o SEBRAE-PR oferece aos micro e pequenos empreendedores inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural: capacitação, consultoria especializada, direcionamento para elaboração de planejamento estratégico e fortalecimento da visão de cooperação entre os atores locais.

O que se nota, nesta perspectiva, é que as ações realizadas pelo SEBRAE-PR no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo se aproximam da constatação de Hastenreiter Filho (2004) sobre o papel das organizações de apoio, ou seja, estas devem fomentar o processo de construção e desenvolvimento da rede de cooperação.

Tendo sido feitas as considerações sobre as organizações de apoio do Circuito Italiano de Turismo Rural, assevera-se a importância de se compreender a organização de coordenação do roteiro. A cooperação entre os atores inseridos em um aglomerado depende da coordenação e organização do mesmo, de forma a garantir e propiciar ações conjuntas entre os agentes (HASTENREITER FILHO, 2004; PORTER, 1999).

#### 4.4 A ORGANIZAÇÃO E A COORDENAÇÃO DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

Nesta seção serão apresentados os dados sobre a organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural. Vale ressaltar que, em distintos momentos, as informações serão complementadas utilizando-se os relatos dos atores sociais entrevistados.

Ao se considerar as características da organização do Circuito Italiano de Turismo Rural, deve-se entender que esta sofreu alterações desde a criação do roteiro até o seu contexto atual, devido à necessidade de se alinhar ao crescimento e conseqüente estruturação do circuito. Segundo Candiotta (2007), discorrer, de forma detalhada, a respeito do desenvolvimento do Circuito Italiano de Turismo Rural pode ser uma tarefa complexa, pois o roteiro possui quase dez anos de

existência. Neste sentido, procura-se relacionar os principais acontecimentos que caracterizam a organização do Circuito.

Porter (1999), fazendo uma reflexão sobre a relevância dos aglomerados, menciona que a organização do aglomerado privilegia a estruturação dos esforços dos participantes, desencadeando ações que favoreçam a conectividade entre os agentes e os objetivos comuns. Em outras palavras, a organização do aglomerado beneficia o diálogo entre os atores sociais, possibilitando a ação conjunta entre os mesmos.

As primeiras informações sobre a organização do Circuito Italiano de Turismo Rural revelam que após a inauguração do roteiro, em fevereiro de 1999, constituiu-se o Conselho Municipal de Turismo, em abril de 1999 (CANDIOTTO, 2007). Além de colaborar na organização do Circuito Italiano de Turismo Rural, o Conselho Municipal de Turismo

[...] contribuiu para a busca de uma gestão descentralizada e compartilhada do CITUR, aglutinando atores locais com ele envolvidos, mas também incorporando a participação de atores exógenos como a COMEC e a EMATER que tiveram papel importante na implantação do CITUR (CANDIOTTO, 2007, p.299).

Com base nos relatos do representante da Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) é paritário, ou seja, a quantidade de representantes do poder público é a mesma da iniciativa privada/sociedade civil. Nesta perspectiva, o COMTUR é formado por oito conselheiros do poder público e oito da iniciativa privada/sociedade civil. O Conselho está vinculado a Prefeitura Municipal de Colombo, através da Secretaria Municipal de Turismo, assessorando o município na formulação, promoção e execução da Política Municipal de Turismo. Sua administração é exercida através de um presidente, um vice-presidente, um primeiro secretário e um segundo secretário, todos membros do Conselho e eleitos pelos demais representantes.

Justifica-se assim destacar CandiOTTO (2007), o qual defende que a Prefeitura e o Conselho Municipal de Turismo foram importantes na regulação e organização do Circuito Italiano de Turismo Rural no seu início, promovendo o diálogo e o entendimento entre os atores sociais. Vale ressaltar que a Secretaria Municipal de

Turismo de Colombo foi criada em 2005. Anterior a este fato, o desenvolvimento da atividade turística ficava a cargo do Departamento de Turismo, vinculado à Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento, Meio Ambiente e Turismo.

Ainda segundo Candiotto (2007), o Conselho Municipal de Turismo também foi responsável, em 2000, pela elaboração das normas e procedimentos para entrada de novos participantes no Circuito Italiano de Turismo Rural e pela aprovação do código de ética dos empreendedores do circuito. Para Balestro (2004, p.59), “normas e parâmetro éticos precisam ser partilhados entre os atores” de um aglomerado.

A partir da análise das atas das reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Colombo, no período de 1999 a 2007, Candiotto (2007) observa transformações significativas na administração do Conselho, ressaltando alguns fatores que provocaram o afastamento e o descrédito por parte de alguns participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural em relação a sua gestão coletiva. Na realidade, Candiotto (2007) pontua que após o ano de 2005, período em que se implantou a Secretaria Municipal de Turismo, provocou-se a mudança de alguns membros do setor público atuantes na atividade turística e a gestão coletiva do Conselho Municipal do Turismo passou a enfrentar desafios. Em relação às sugestões e discussões apresentadas nas reuniões do Conselho, Candiotto (2007) salienta que nem todas foram colocadas em prática, gerando assim a insatisfação de muitos atores sociais. O autor ainda ressalta a ausência das discussões relacionadas às questões estruturais e de planejamento do circuito. Um dos empreendedores entrevistados salienta que “é preciso deixar claro o que o Conselho vai fazer, pois senão as pessoas pensam que vão tratar de política nas reuniões”.

Todavia, outro entrevistado acredita no trabalho e reestruturação do Conselho, mostrando interesse em participar do mesmo, conforme relato: “Do COMTUR eu ainda não participei [...] desta gestão que deve estar acabando agora nós não fazemos parte e talvez na próxima a gente faça parte do Conselho Municipal de Turismo”.

Portanto, a atual estrutura de organização, coordenação e tomada de decisões do Circuito Italiano de Turismo está respaldada no trabalho sinérgico desenvolvido entre a Secretaria Municipal de Turismo, o Conselho Municipal de Turismo e a Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural. O representante da Secretaria Municipal de Turismo salienta de forma positiva a atual organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, destacando em paralelo a necessidade de reestruturação do Conselho Municipal de Turismo, conforme mencionado por Candiotta (2007) e observado em distintas entrevistas.

Na verdade o COMTUR e a AECITUR trabalham em conjunto com a Secretaria Municipal de Turismo em prol do município. [...] O COMTUR está se reestruturando para exercer o papel dele. A AECITUR que é a Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural foi criada há dois anos.

Reforçam-se, paralelamente, a visão e sugestão dos atores sociais do turismo de que a organização e coordenação do turismo poderiam ser ampliadas se houvesse maior apoio da Prefeitura Municipal de Colombo, pois muitos dos projetos que objetivam o melhor desempenho do Circuito Italiano de Turismo Rural dependem do orçamento disponibilizado pelo poder público. Um dos atores sociais complementa que “Você vê o que deve ser feito, você quer colocar em prática, chega na hora e não há dinheiro para isso. Isso é bem frustrante para nós”.

No caso mais específico da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural, ressalta-se que além de considerada uma organização de apoio, age na organização e coordenação das atividades do roteiro. Para Hastenreiter Filho (2004) as organizações de apoio têm papel relevante na coordenação e organização das atividades de um aglomerado.

A partir dos apontamentos iniciais do representante da Secretaria Municipal de Turismo sente-se a necessidade de frisar as principais ações coletivas realizadas pelas entidades inseridas na organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, com base nos relatos dos atores sociais: promoção do turismo no município, apreciação dos pedidos de entrada de novos participantes no Circuito Italiano de Turismo Rural, fiscalização e acompanhamento técnico nos empreendimentos, realização de reuniões e apresentação de propostas de melhorias na prestação de serviços turísticos locais.

Prosseguindo-se na análise sobre a coordenação das ações em aglomerados, enfatiza-se que a coordenação implica a existência de um grupo específico e estruturado, envolvido no desenvolvimento de ações coletivas (BALESTRO, 2004). Em outras palavras, a forma de organização e coordenação do Circuito Italiano de Turismo Rural, baseada nas iniciativas coletivas entre a Secretaria Municipal de Turismo, Conselho Municipal de Turismo e Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural se aproxima parcialmente da idéia de Balestro (2004), pois para o autor, a coordenação em um aglomerado é considerada eficaz quando promove a interação entre todos os responsáveis pela mesma, favorecendo a cooperação.

Portanto, para que este objetivo seja plenamente alcançado no município de Colombo, vislumbra-se a necessidade de reestruturação do Conselho Municipal de Turismo a fim de recuperar a credibilidade e confiança dos atores sociais, pois os acordos de cooperação dependem da confiança dos atores sociais depositada nas instituições de governança (BALESTRO, 2004; THOMAZZI, 2006).

#### 4.5 AS AÇÕES DE COOPERAÇÃO REALIZADAS ENTRE OS ATORES SOCIAIS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

As experiências em outros setores produtivos apontam no sentido de que as redes de cooperação possuem um importante papel na atual conjuntura, pois a adoção de uma perspectiva integrada de desenvolvimento tornou-se base para o crescimento das empresas. Em especial, no caso da atividade turística, os atores sociais inseridos na cadeia produtiva do turismo devem valorizar e difundir a cultura da cooperação, articulando esforços, estimulando a complementaridade, pois através da parceria entre os atores sociais do turismo, as ações são coordenadas para se atingir objetivos afins (BALESTRO, 2004; VERSCHOORE, 2004).

Para consolidar a compreensão sobre a cooperação entre os atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural, utilizou-se como critério de análise a seleção de indicadores baseados nas determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), cujo modelo foi adaptado a realidade do

turismo e da região pesquisada. Cabe salientar que alguns indicadores são válidos para mais de uma determinante do Diamante. As entrevistas realizadas com os atores sociais vinculados ao Circuito Italiano de Turismo Rural permitiram traçar alguns apontamentos sobre a cooperação entre os mesmos, cujos resultados também serão utilizados para ampliar o entendimento sobre a influência da rede de cooperação no desenvolvimento do turismo no município de Colombo.

Para se promover o entendimento a respeito da cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural, exige-se analisar desde o processo de criação do roteiro. Vale ressaltar que os indicadores selecionados para análise da cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural foram: (a) Cooperação para o Desenvolvimento de fornecedores; (b) Cooperação para Treinamento da mão-de-obra; (c) Cooperação para Melhoria da Infra-Estrutura e (e) Cooperação para Promoção e Divulgação do Circuito.

A formação do Circuito Italiano de Turismo Rural está associada à proposta de se desenvolver o turismo rural de forma compatível com a identidade cultural e características ambientais do município de Colombo (CAMARGO, 2007; CASSOU, 2002). O que se observa, notadamente, é a ação conjunta das instituições como COMEC, EMATER, Paraná Turismo, Ecoparaná e Prefeitura Municipal de Colombo no planejamento e implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural, conforme explanado na seção 4.2.

Entretanto, é salutar mencionar que o Circuito Italiano de Turismo Rural só pode ser vislumbrado a partir da participação dos empresários e produtores agrícolas de forma coletiva com os atores sociais que idealizaram o roteiro para o município, pois a organização do roteiro previa a utilização da oferta turística já existente em Colombo. Segundo Cassou (2002), houve resistência por parte de alguns produtores agrícolas e empresários locais em relação à implantação do Circuito em Colombo. Candioto (2007) corrobora afirmando que o Circuito Italiano de Turismo Rural era composto no seu início por apenas 12 empreendimentos privados, e a entrada posterior de outros empreendimentos pode ser parcialmente explicada pelo fato dos empreendedores desejarem aguardar os primeiros resultados do Circuito após a sua inauguração. Até mesmo porque, ressaltam

Cassou (2002) e Candiotto (2007), no momento em que surgiu na região a idéia de se desenvolver o turismo rural, os produtores rurais e empresários foram convidados pela Prefeitura Municipal de Colombo para participarem de reuniões e do próprio Circuito Italiano de Turismo Rural. Contudo, a criação do Conselho Municipal de Turismo colaborou para entrada de mais empreendimentos no roteiro, promovendo uma gestão compartilhada do Circuito.

Conforme as entrevistas realizadas com os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural, verificou-se que a questão motivadora principal para entrada da maioria dos empreendedores no roteiro foi a possibilidade de ampliar a comercialização de produtos e a prestação de serviços diretamente aos turistas e visitantes, proporcionando assim aumento da renda. Dentre as informações disponibilizadas pelos atores sociais relativas às pesquisas prévias para participação do Circuito Italiano de Turismo Rural, destaca-se o argumento: “Eu fiz pesquisas e planejei a minha entrada no Circuito, mas eu sou a favor da seguinte questão: você precisa tentar para saber se dará certo”. Em outras palavras, todos os empreendedores entrevistados afirmaram terem realizado pesquisas e planejamento antes da sua inclusão no Circuito.

É válido enfatizar a assistência prestada pela EMATER aos produtores rurais que decidiram trabalhar com o turismo rural, as consultorias e treinamentos organizados pelo SEBRAE-PR e oferecidos aos empreendedores do roteiro, colaborando para que estes atendessem as exigências impostas para entrada no Circuito Italiano de Turismo Rural. Observa-se assim a relevância da cooperação entre os empreendedores, produtores rurais e as organizações de apoio visando adequar as propriedades para melhor estruturação da atividade desenvolvida no Circuito Italiano de Turismo Rural. Frisa-se ainda que a análise para entrada de novos empreendimentos no Circuito ocorre de forma compartilhada entre a Secretaria Municipal de Turismo, Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural e Conselho Municipal de Turismo. A fiscalização dos empreendimentos e orientação dos empreendedores, no intuito de verificar se os mesmos cumprem as exigências impostas para entrada no roteiro, são realizadas pelas três entidades em conjunto.

O fato dos empreendedores estabelecerem elos de ligação com os demais atores sociais do Circuito, como outros empreendedores, entidades de apoio e poder público, favorece a estruturação do Circuito Italiano de Turismo Rural e a forma de interação entre os mesmos, alinhando-se assim ao enfoque de redes de cooperação defendido por Tálamo (2008).

Prosseguindo-se com a análise sobre a cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo-PR, vale salientar que os mesmos afirmaram nas entrevistas a inexistência de cooperação para o desenvolvimento de fornecedores. Entretanto, Frota (2006) defende que os fornecedores são essenciais ao fortalecimento do aglomerado, pois os mesmos privilegiam o intercâmbio de informações, tecnologias e habilidades. Notou-se que a dificuldade em estabelecer a cooperação com fornecedores no Circuito Italiano de Turismo Rural está na visão de que as propriedades teriam focos distintos, necessitando assim de fornecedores também distintos. Um dos atores sociais entrevistados menciona que:

O nosso departamento de compras é próprio. Na verdade é assim, Colombo tem outros empreendimentos com perfis diferentes e que podem até receber públicos diferentes em função da estrutura de cada local. Acredito que por isso ainda não houve a formação de um processo para que as compras sejam feitas em conjunto. Cada um acaba tendo o seu próprio fornecedor.

Entretanto, a Associação de Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural tem em vista promover um trabalho conjunto entre os empreendedores do roteiro para que se estabeleçam contatos e parcerias com fornecedores, incluindo também a estruturação de vínculos com fornecedores relacionados à infra-estrutura, o que não se verifica no município.

Contudo, a abordagem principal da Associação na atualidade é promover o treinamento e a profissionalização do empreendedor do turismo inserido no Circuito, conforme relato a seguir:

Isso é um objetivo, mais para frente, da AECITUR para, por exemplo, fazermos compras em cooperação e termos contatos com fornecedores em comum. Isso porque todos usam materiais de limpeza, descartáveis, uma série de coisas, necessárias para atender o turista. Mas isso será mais para frente, pois agora estamos mais preocupados com a profissionalização do empreendedor. Uma vez decidido que o empreendedor, além de trabalhar com o vinho, hortaliças, trabalhará com o turismo, ele precisará se profissionalizar, sabendo falar com as pessoas e sabendo receber as pessoas.



Quando solicitados para responderem sobre a cooperação em relação aos treinamentos, os atores sociais relataram que no passado os treinamentos conjuntos eram mais constantes, todavia atualmente estes não ocorrem com freqüência. Assim sendo, é salutar mencionar que a ausência de treinamentos freqüentes e em conjunto no Circuito Italiano de Turismo Rural pode ter motivado a AECITUR a investir na capacitação dos seus empreendedores e postergar as iniciativas relacionadas à cooperação no desenvolvimento de fornecedores. O depoimento apresentado a seguir confirma a ausência de cooperação nos treinamentos atualmente:

A gente sempre está criando meios para deixar os nossos funcionários atualizados. Muitos assuntos são discutidos através das reuniões. Na maioria das vezes nós fizemos os nossos próprios treinamentos. Nós até comentamos que seria interessante que a Secretaria de Turismo fosse aos empreendimentos para conversar com os funcionários e passasse informações sobre o Circuito. Assim eles poderiam falar mais sobre o Circuito com os turistas.

Outro ator social salienta que “Foi feito um treinamento de turismo rural, monitor ambiental, fizemos outro do próprio Circuito e outro do SEBRAE. Acho que fiz no total uns quatro ou cinco, mas já faz um tempo”. Para Secretaria Municipal de Turismo de Colombo torna-se inviável visitar as propriedades para passar informações a cada profissional dos empreendimentos e atrativos turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural. O mais recomendável, para Secretaria, seria todos participarem dos treinamentos oferecidos de forma conjunta e não separadamente. Neste sentido verifica-se que:

A Secretaria de Turismo tem parceria com o SEBRAE, SENAI, SENAR e o Estância Betânia. A gente realiza vários cursos. Então a gente vê qual é a necessidade, solicita para Prefeitura e a Prefeitura acaba custeando. No ano passado (2007) foi feito o curso do PAS (Programa de Alimentos Seguros), foi feito o Taxi Tour, o curso de gastronomia italiana, de atendimento ao turista, de elaboração de preços, de rótulos foi feito também, de motivação.

Apesar dos cursos elencados pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, observa-se através dos demais atores sociais entrevistados, que a participação de forma conjunta para realização dos treinamentos ainda é reduzida, pois grande parte dos cursos estende-se por mais de um dia ou ocorrem no período noturno, dificultando a participação e o rendimento dos empreendedores que

trabalham nas suas propriedades durante o dia. Vale ressaltar que a maioria dos cursos é oferecida de forma gratuita aos empreendedores do Circuito.

Para o Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR a relevância da cooperação para o treinamento da mão-de-obra favorece o aprimoramento do Circuito, a profissionalização dos atores sociais e a troca de informações e conhecimentos entre os mesmos. Porquanto, segundo relato do Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR “os empresários precisam se profissionalizar porque o que nós vemos hoje? Os roteiros estão cada vez maiores, com maior oferta de atrativos, a concorrência aumenta, a qualidade aumenta, a exigência do nosso cliente também aumenta”.

Quando se analisa a cooperação para melhoria da infra-estrutura do Circuito, nota-se que os atores sociais do turismo apresentam suas idéias e sugestões à Secretaria Municipal de Turismo, à AECITUR e ao COMTUR para que assim as medidas sejam tomadas e, quando necessários, os contatos e as solicitações sejam realizados com a Prefeitura Municipal de Colombo. O Presidente da AECITUR revela que “Como Associação nós colocamos ao poder público o que é importante para o município e para o Circuito Italiano no que se refere à informação, estrutura, manutenção e atuação do poder público”.

No quesito cooperação para promoção e divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural verifica-se que, devido à necessidade de reestruturação dos financiamentos por parte do poder público municipal para produção de um material único para promoção do Circuito, os atores sociais criaram outras formas de divulgação do roteiro. Um dos atores sociais entrevistados salienta que “nós acabamos produzindo o nosso próprio material de divulgação. Mas acho que eles vão produzir um material em conjunto”. Vale ressaltar que a Secretaria Municipal de Turismo orienta os empreendedores turísticos para que eles coloquem a logomarca do Circuito Italiano de Turismo Rural nos materiais produzidos de forma independente. Outro ator social corrobora com o primeiro relato destacando que:

Em relação à divulgação a gente acaba dependendo da mídia espontânea, ou seja, um jornal, rádio ou programa de televisão que venha aqui. O que a gente tem de divulgação que vem da prefeitura são os *folders*, mas que já acabou faz tempo e estamos aguardando a reposição.

Outra maneira de cooperação para divulgação e promoção do Circuito Italiano de Turismo Rural é a indicação conjunta realizada pelos atores sociais dos demais empreendimentos e atrativos turísticos do roteiro. Em outras palavras, o visitante ou o turista que se desloca a um atrativo ou empreendimento turístico recebe informações dos demais pontos de visitaç o do circuito. O relato abaixo complementa sobre este importante procedimento:

N s temos um bom contato com outros empreendimentos do Circuito Italiano. Por exemplo, temos at  parcerias, pois quando o visitante vem aqui a gente divulga o Circuito para ele conhecer toda a regi o de Colombo. E n s recebemos pessoas indicadas por outros empreendimentos e pela Secretaria [...] existe essa troca.

Entretanto, somente um dos atores sociais entrevistados argumentou que a integra o entre todos para divulga o e promo o do Circuito deveria melhorar, justificando: “Eu n  sei, mas acho mais f cil existir a indica o de um empreendimento de outro segmento. At  pode existir a indica o de uma propriedade do mesmo segmento, mas da    bem menor”.

A produ o dos materiais para divulga o e promo o do Circuito Italiano de Turismo Rural a partir da Prefeitura Municipal de Colombo depende do or amento dispon vel, sendo que para um dos atores sociais entrevistados “na verdade existe uma divulga o, mas ela ainda   pequena, por quest o de custo”.

Somado a isto nota-se que apesar da falta de material unificado de divulga o e promo o do Circuito Italiano de Turismo Rural, os atores sociais cooperam entre si indicando os demais atrativos e empreendimentos tur sticos do roteiro. O depoimento do ator social descreve “O Circuito   bem organizado, mas as propriedades precisam ajudar tamb m”. Outro relato ressalta que:

A gente passa o ponto positivo de todos e deixa o turista decidir. Por exemplo, neste tem a comida t pica italiana, neste outro al m do restaurante tem passeio a cavalo, ent o decida. N o tem como falar qual   a melhor porque os produtos s o diferentes por isso   melhor que o turista decida sozinho.

A necessidade de amplia o do apoio do poder p blico local para confec o dos materiais de divulga o aproxima-se das proposi es de Porter (1999), pois para o autor as prioridades governamentais devem se concentrar na remo o de qualquer tipo de impedimento ao desenvolvimento do aglomerado.

No que se refere aos indicadores de cooperação baseados na determinante Estratégias e Estrutura dos Setores Econômicos Atuais e Potenciais do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), destacam-se: (a) Atividades Desenvolvidas em Parcerias e (b) Grau de Conectividade entre os Agentes.

Sob esta ótica, menciona-se que o fator de destaque entre todos os atores sociais entrevistados, como forma de explicar as principais atividades desenvolvidas em parceria, refere-se às caravanas técnicas, atividade que promoveu uma maior integração entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. As caravanas foram idealizadas, desde 2005, pelo SEBRAE-PR em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo, conforme relato a seguir:

Eu sei que eles participaram de uma ação de forma significativa que foi a caravana para o Circuito das Frutas, em São Paulo. A avaliação foi muito boa e foi muito legal o intercâmbio que eles fizeram, pois essa caravana aconteceu com empreendimentos principalmente de São José dos Pinhais, Colombo e Campo Magro. Quem mais participou foi Colombo e São José dos Pinhais. Esse intercâmbio foi muito legal então até aconteceu um curso em Colombo eles foram lá, o pessoal de São José dos Pinhais e Campo Magro foram lá fazer o curso com o pessoal de Colombo.

Este aspecto de relacionamento entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural a partir das caravanas técnicas comprova a visão de Porter (1999), onde o aglomerado deve promover esforços para aprimorar o vínculo de cooperação entre os agentes. Vale salientar o intercâmbio estabelecido entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural e outros municípios da Região Metropolitana de Curitiba.

Em relação ao grau de conectividade entre os atores sociais, salienta-se que cada ator social precisa compreender o seu exato papel dentro do Circuito Italiano de Turismo Rural, para então atuar em conjunto com os demais agentes. Para Castells (2006) e Paiva (2007), a conectividade é um relevante atributo da rede de cooperação. O relato de um dos atores sociais entrevistados registra que “O Circuito depende da gente”. Os atores sociais entrevistados acreditam que o grau de conectividade entre os atores sociais do Circuito deve ser valorizado, pois se observa um crescimento acentuado no número de empreendedores no Circuito e todos devem estar comprometidos com o desenvolvimento do turismo local. Porém

todos os atores sociais entrevistados observaram que a articulação entre os mesmos poderia ser aprimorada. Um dos atores sociais entrevistados relata que:

Precisa ser reforçada a conexão entre todos. Todo mundo precisa saber como o circuito funciona. O governo tem que fazer a parte dele e o empreendedor tem que fazer a parte dele também, tem que cuidar do negócio dele. Se ele realmente quer trabalhar com turismo ele precisa saber que ele deverá abrir a propriedade dele, tem que ter condições para receber o público, condições sanitárias, você tem que conhecer o seu negócio e não pensar que tudo é função do governo.

O Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR enfatizou que a conectividade entre os atores sociais do Circuito privilegia a visão de mercado do aglomerado, favorecendo ações de inovações que diferenciam o roteiro. Quando se compreende o mercado vislumbram-se melhorias que podem ser implementadas. Vale ressaltar que o Presidente da Associação de Empreendedores do Turismo Rural concorda com a visão do Gestor de Projetos Turísticos do SEBRAE-PR e complementa que a AECITUR, por meio da profissionalização dos seus associados, apóia as inovações no Circuito. O Gestor de Projetos Turísticos do SEBRAE-PR sugere que para favorecer a cooperação e a conectividade entre os atores:

Deve-se trabalhar com algumas ações de mercado, pois o mercado faz você sentir na pele, na hora a mudança. Então nos fizemos uma caravana, algumas pessoas de Colombo foram para o Salão de Turismo de São Paulo. Eles chegaram lá e na volta eles estavam maravilhados, com tanta coisa boa e legal que existe no mercado de turismo.

Destaca-se que o SEBRAE-PR visa apoiar o aprimoramento do grau de conectividade e cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. No depoimento o Gestor destacou que “Nós precisamos encontrar caminhos que para eles façam sentido, que seja importante, como foi o caso da Caravana, que eles gostaram e avaliaram super bem. Eles até pediram outras”.

Para a compreensão da determinante Condições de Fatores de Produção do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), destacam-se os indicadores: (a) Desenvolvimento Conjunto de Treinamento da Mão-de-Obra; (b) Vínculos com Fornecedores da Infra-Estrutura; (c) Ações Conjuntas para Preservação e Melhoria do Produto Turístico; (d) Conscientização Ambiental e (e) Ações para Melhoria das Condições de Vida da População. Observa-se que os indicadores Desenvolvimento Conjunto de Treinamento da Mão-de-Obra e Vínculos

com Fornecedores da Infra-Estrutura são semelhantes aos indicadores propostos para análise da Cooperação entre os Atores Sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural, os quais foram explanados alhures.

Respostas semelhantes entre os atores sociais entrevistados reforçam a importância da cooperação para preservação e melhoria do produto turístico, adicionando-se o fato de existir no município a preocupação com o todo, fiscalização dos empreendimentos que desejam se inserir no município e orientação aos existentes, evitando que o Circuito perca o seu foco de atuação (cultura italiana e valorização do meio ambiente).

Em relação à conscientização ambiental, assevera-se que não há uma cooperação marcante, pois os atores sociais entrevistados afirmaram que as ações de preservação ambiental existentes são realizadas de forma isolada nos empreendimentos, conforme depoimento: “Não há nada do município que vá aos empreendimentos e diga: Vamos fazer uma ação ambiental sobre isso ou aquilo. As ações são isoladas e partem da iniciativa dos próprios empreendedores”. Outro ator social complementa e enfatiza a ausência de lixeiras seletivas nos empreendimentos turísticos, nos atrativos e na cidade como um todo:

Tem os produtores orgânicos, então o visitante recebe explicação dos benefícios dos produtos orgânicos, como que se consegue o certificado de produtor orgânico. Então sobre a parte ambiental, a gente passa informações ao turista, é bem interessante, não só em relação aos produtores orgânicos, mas em na conservação ambiental no geral do empreendimento. Mas o que prejudica é a falta de lixeiras. Não existem nem as lixeiras de coleta seletiva.

Interessante frisar que, conforme relato de outro ator social, existem orientações sobre a preservação ambiental nas visitas periódicas realizadas pela EMATER e pela EMBRAPA nos empreendimentos do Circuito. Neste sentido, observa-se que há opiniões contraditórias entre os atores sociais entrevistados em relação à existência de cooperação para conservação ambiental. É essencial que os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural privilegiem ações cooperadas, pois os recursos humanos, físicos, de capital e de infra-estrutura são importantes no desenvolvimento das vantagens competitivas (REBOLLEDO; ARJONA; IBARRA, 2003).

A partir da implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo, os atores sociais entrevistados declararam que quando os membros do roteiro, através da Secretaria Municipal de Turismo, COMTUR e AECITUR, passam a exigir melhorias à Prefeitura Municipal de Colombo, indiretamente beneficiam o município como um todo, pois conforme relato: “Quando a cidade atende as necessidades do morador ela acaba atendendo as necessidades do turista, mas o Circuito não tem como fazer tudo sozinho, a Prefeitura tem que cuidar da população”.

Os indicadores selecionados para análise da determinante Condições de Demanda nos Mercados do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) foram: (a) Trabalho Conjunto para Introdução de Inovações; (b) Trabalho Conjunto para Divulgação e (c) Trabalho Conjunto para Melhoria da Qualidade do Turismo. Nota-se claramente, a partir dos relatos dos atores sociais, a existência de cooperação visando melhoria da qualidade dos serviços turísticos. Pode-se observar a ênfase nos treinamentos, a preocupação e fiscalização realizada pelo COMTUR, Secretaria Municipal de Turismo e AECITUR nos novos empreendimentos. Ainda sobre o trabalho conjunto para introdução de inovações no Circuito, este é estimulado principalmente pela AECITUR e SEBRAE-PR, como forma de diferenciar o roteiro no mercado. O indicador Trabalho Conjunto para Divulgação já foi analisado no item sobre a Cooperação entre os Atores do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Não se observou no Circuito Italiano de Turismo Rural a expressiva cooperação entre os agentes sociais quanto às empresas de transporte, agências de viagens, hotéis e outras empresas terceirizadas, indicadores selecionados para compreensão da determinante Indústrias Correlatas e de Apoio do Diamante da Vantagem competitiva Nacional de Porter (1999). Ressalta-se que, no caso específico das excursões, existe o apoio das agências de turismo receptivo do município e também do SESC Turismo Social.

Vale reforçar que a análise do modelo do Diamante de Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999) proposto ao presente estudo engloba mais dois elementos: Entidades Representativas (Constituição de Associação e Associação

Comercial) e Governo (Políticas de Controle da Poluição Ambiental, Promoção de Reuniões entre os Atores e Levantamento de Dados e Informações sobre o Turismo).

As organizações de apoio e o governo são elementos fundamentais no processo de cooperação entre os atores sociais do turismo do Circuito Italiano de Turismo Rural, conforme relato de um dos atores sociais entrevistado: “O poder público tem o papel de fomentar e de fazer o elo de ligação entre todas os órgãos de governo, instituições financeiras e demais atores”. Enquanto outro ator social defende que a cooperação no roteiro é favorecida pela existência de uma associação: “O fato de ter uma associação já mostra que eles já estão avançados em relação à cooperação. Os agentes precisam olhar o roteiro como a sua marca, como uma estratégia para enfrentar a concorrência do Mercado”.

Os aglomerados, dentro de uma leitura de Porter (1999), dependem do apoio do governo e das associações inseridas nos mesmos. Todavia, um dos atores sociais entrevistado enfatiza que “Não tem como desassociar o desenvolvimento do turismo da parceria público/privada. Portanto o Circuito não pode ficar na mão de uma única pessoa, por isso é importante este trabalho conjunto da Secretaria, Conselho e Associação”. Complementa-se que apesar da existência da Associação Comercial no município, os atores sociais frisaram que a Associação dos Empreendedores do Turismo Rural é mais relevante ao desenvolvimento do Circuito. Dos cinco empreendimentos turísticos entrevistados, todos são associados à AECITUR.

No quesito políticas de controle da poluição ambiental a partir do governo, os atores sociais entrevistados sugerem a maior participação da Prefeitura Municipal de Colombo no que tange a projetos de melhorias na cidade, como lixeiras seletivas e também através de ações conjuntas com os demais atores do roteiro. Referente à promoção de reuniões entre os atores, menciona-se o depoimento de um dos atores sociais:

A ECITUR, COMTUR e a Secretaria Municipal de Turismo fazem reuniões periódicas, pelo menos uma vez a cada noventa dias, Por exemplo, quando há a Festa da Uva ou a Festa do Vinho, reúnem-se esses grupos representativos de cada situação para poder discutir o melhor, como fazer.



Após a realização das reuniões, registradas através de atas, as informações ficam à disposição, na Secretaria Municipal de Turismo, e são repassadas a todos os atores sociais do turismo. Estas entidades também realizam reuniões periódicas separadamente. Salienta-se que a Secretaria Municipal de Turismo entra em contato com os empreendedores que não comparecem nas reuniões com o intuito de incentivá-los a participarem desta troca de informações visando à melhoria do Circuito.

Vale ressaltar que a Secretaria Municipal de Turismo também é responsável pelo levantamento de dados e informações sobre o Turismo, como a análise da demanda e do fluxo de visitantes e turistas. Contudo, percebe-se uma falta de cooperação dos demais atores sociais no levantamento dessas informações de forma a auxiliar a Secretaria Municipal de Turismo. Um dos atores sociais entrevistado alega que “Essa comunicação poderia ser melhorada, pois nem todos fazem a pesquisa da demanda na sua propriedade”.

O objetivo do Circuito Italiano de Turismo Rural é fazer com que o visitante e o turista percebam que o roteiro é único e não um conjunto de atrativos e empreendimentos turísticos que agem de forma isolada. Essa noção de organização como um todo é relevante, fazendo com que os visitantes e turistas referenciem a marca Circuito Italiano de Turismo Rural e percebam que todos atuam e privilegiam a cooperação.

#### 4.6 O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

Tendo em vista o enfoque nas atividades complementares à indústria, serviços e agropecuária de Colombo, o turismo rural (organizado e promovido através do Circuito Italiano de Turismo Rural) tornou-se uma opção para o desenvolvimento do município. Além de caracterizar-se como uma alternativa viável para valorização do meio ambiente e da cultura local, o turismo proporcionou a permanência da população no seu local de origem e possibilitou uma forma de renda

complementar principalmente aos produtores agrícolas. O depoimento de dois atores sociais entrevistados reforça tal fato:

Grande parte da área do município está sobre o Aquífero Karst, com reservatório de água, rochas calcárias e tal. Então foi feito um estudo nessa região e foi descoberto que praticamente 70% do município está sobre essa área. Aqui nós não podemos ter nem indústria porque vai contaminar o solo; prédios, porque o solo sedimenta. E então o que poderia ser feito aqui para gerar o desenvolvimento da cidade? Então o turismo veio com o objetivo de desenvolver o município porque o que estava acontecendo, até 1999? O êxodo rural estava muito forte, as pessoas estavam saindo daqui para trabalhar em Curitiba. Então o turismo surgiu com o objetivo de fixar o homem no campo, gerar renda e empregos ao município.

A idéia inicial do Circuito era a de fomentar e desenvolver o município no aspecto do turismo. [...] o município foi precursor quando se começou a falar em turismo rural no Estado e no Brasil. Então Colombo saiu na frente, atrás veio São José dos Pinhais com o Caminho do Vinho, teve também o Caminho dos Tropeiros, ou seja, a gente verifica pólos de turismo nestes municípios.

As ações das autoridades locais para criação do Circuito Italiano de Turismo Rural contemplaram o aproveitamento dos recursos disponíveis no município e resgataram a identidade da cultura italiana. É correto afirmar que, dessa forma, as ações das autoridades locais em relação à proposta do Circuito Italiano de Turismo Rural aproximam-se da constatação de Pearce (2002), pois o desenvolvimento do turismo local depende da apreciação completa dos fatores contextuais incorporados ao processo de desenvolvimento. Em outras palavras, a proposta de desenvolver o turismo em áreas rurais deve valorizar este tipo de ambiente (BENI, 2006).

Considerado projeto pioneiro no contexto de desenvolvimento do turismo rural nos municípios da Região Metropolitana de Curitiba, o Circuito Italiano de Turismo Rural serviu de exemplo para iniciativas posteriores realizadas nas demais regiões (CANDIOTTO, 2007; CARACRISTI, 1998; DANN, 2002). Um dos atores sociais entrevistados complementa que “quando começou o Circuito, vinham muitas pessoas de outros municípios, eles vieram conhecer o projeto”.

Colombo possui localização privilegiada, situando-se próximo a Curitiba e a outros municípios da Região Metropolitana de Curitiba. Há de se ressaltar que a localização aliada às estruturas de vias de acesso privilegia o desenvolvimento do turismo local, influenciando a quantidade de turistas e visitantes que se deslocam; e

seus respectivos gastos na região (MAGALHÃES, 2002). Esse aspecto foi comprovado através do relato do ator social entrevistado:

Nosso público é principalmente de Curitiba, pois a gente tem uma imagem de descanso e tranquilidade. Curitiba é um agito, fila para tudo e a gente quer quebrar um pouco disso. O Circuito fica próximo a Curitiba, como eu disse, aqui o turista encontra e tranquilidade. Então o pessoal vem para lazer e até recebemos empresas.

Diante das informações coletadas através das entrevistas, reforça-se que o público do Circuito Italiano de Turismo Rural é formado principalmente por pessoas vindas de Curitiba e dos demais municípios da Região Metropolitana. A porcentagem de turistas e visitantes de outros estados brasileiros é inferior.

Fica evidente que as informações registradas através das entrevistas aproximam-se dos dados apresentados por Candiotta (2007), o qual utilizou como base o Inventário da Oferta Turística do Município realizado em 2003. Para Candiotta (2007), a maior parte da demanda do Circuito Italiano de Turismo Rural é originária de Curitiba e dos municípios vizinhos. Além disso, observa-se o predomínio de famílias, idosos e grupos de estudantes, sendo que a maioria não pernoita no município. Dentre as entrevistas realizadas, chama a atenção o fato de alguns empreendimentos receberem grupos de estudantes, atendendo o público infantil, segundo explicação de um dos atores sociais entrevistados: “Nós recebemos grupos de crianças. Em torno de 10% voltam depois com os pais para conhecerem a propriedade. As crianças são de Curitiba”.

Nota-se também que o período de maior fluxo de turistas e visitantes no Circuito Italiano de Turismo Rural compreende os meses de março a dezembro. Grande parte dos turistas visita as propriedades nos finais de semana. Neste sentido, um dos atores sociais afirma que “o turismo começa em março e vai até dezembro. Janeiro e fevereiro dá uma parada. Nos finais de semana nós temos dois funcionários que nos ajudam. A Festa da Uva, em fevereiro, marca o retorno dos visitantes ao Circuito”.

Camargo (2007) salienta que atualmente não há pesquisas completas relacionadas ao fluxo de turistas / visitantes e um controle efetivo sobre a demanda do Circuito Italiano de Turismo Rural. É por isto mesmo que cabe ressaltar Porter

(1999), pois para o autor, as empresas turísticas devem observar a demanda local para promover a sua diferenciação no mercado.

O controle mensal do número de turistas e visitantes realizado pela Secretaria Municipal de Turismo acaba sendo parcial, baseando-se principalmente na contagem dos ônibus de excursão que se deslocam ao município, cujo contato preliminar para agendar a visita ao roteiro fora realizado pelos grupos juntamente com a própria Secretaria Municipal de Turismo. Sob esta ótica, assevera-se que não há um levantamento preciso do número de turistas e visitantes individuais ou que se dirigem diretamente às propriedades do roteiro, sem realizar contato prévio com a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo.

Camargo (2007) descreve que a Secretaria Municipal de Turismo de Colombo até propôs aos empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural o preenchimento de uma planilha mensal para o controle do número de visitantes e análise do perfil dos turistas do Circuito Italiano de Turismo Rural. Todavia, a autora salienta que “esses dados muitas vezes não correspondem à realidade, já que os empreendedores normalmente se esquecem de preenchê-los” (CAMARGO, 2007, p.76). Portanto, Camargo (2007) apresenta em seus estudos que o último levantamento com dados sistematizados sobre o fluxo de turistas e visitantes ao Circuito Italiano de Turismo Rural ocorreu em 2002.

Candiotto (2007) relata que em 2001 o Circuito Italiano de Turismo Rural recebeu 50 excursões e 77.668 visitantes. Já os dados de 2002 superaram os de 2001, pois o Circuito recebeu 70 excursões e 127.200 turistas e visitantes.

A constatação de Camargo (2007) fica evidente através das declarações dos atores sociais entrevistados, pois conforme relato: “Em relação ao fluxo de turistas eu sei que ninguém faz uma pesquisa completa sobre a demanda turística no município”. Ou ainda neste outro relato, mais especificamente sobre a planilha de controle do fluxo de visitantes e análise do perfil do turista proposto pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo:

Uma vez eles chegaram com uma planilha para preencher a quantidade de pessoas que visitam a propriedade. A gente começou a fazer, mas nem

todos faziam daí desistimos. Então eles mesmos da Secretaria tentam fazer um levantamento do número de turistas.

Este fato limita a compreensão da demanda turística total por parte dos atores sociais e prejudica a elaboração de estratégias ao Circuito, como afirmou um dos agentes entrevistados:

Estadística no turismo, como levantamentos da Embratur, por exemplo, que faz um negócio acompanhado, sistematicamente, pode te fornecer dados importantes. Mas o problema para o turismo do município é quando se faz um levantamento e não se usa o resultado ou quando faz um levantamento incompleto.

Torna-se válido destacar que em alguns atrativos e empreendimentos turísticos passou-se a realizar o levantamento sobre o fluxo de turistas e visitantes de forma isolada. Um aspecto evidenciado na pesquisa é a análise da demanda turística realizada pelo Parque Municipal Gruta do Bacaetava, considerado um dos principais pontos de visitação do roteiro. Conforme entrevista com o Supervisor de Atendimento ao Visitante do Parque, este recebeu 132.366 visitantes no período de 2000 a 2007 (Cf. quadro 12). Visando à conservação ambiental do Parque Municipal Gruta do Bacaetava, o número de visitantes por dia é controlado e todas as visitas à gruta são acompanhadas pelos monitores ambientais. Todos os dados relacionados ao fluxo de turistas e visitantes do Parque são repassados mensalmente à Secretaria Municipal de Turismo.

Quadro 12 Histórico de Visitação do Parque Municipal Gruta do Bacaetava (2000-2007)

ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Nº DE VISITANTES</b>	12.458	21.150	16.934	14.310	13.824	14.312	19.800	19.578

FONTE: Elaboração própria.

No caso mais específico do Parque Municipal Gruta do Bacaetava, este também realiza a análise da origem dos visitantes (Cf. quadro 13).

Quadro 13 Origem dos Visitantes do Parque Municipal Gruta do Bacaetava (2000-2007)

ORIGEM DO VISITANTE	CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA	COLOMBO	BRASIL	OUTROS PAÍSES
<b>PORCENTAGEM</b>	57%	36%	6%	1%

FONTE: Elaboração própria.

Muito embora se tenha verificado a existência do levantamento e análise do fluxo de turistas e visitantes no início do Circuito Italiano de Turismo Rural, percebe-se que a ausência da participação de todos os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural nas pesquisas atuais sobre o roteiro acarreta levantamentos e análises individualizadas por parte de alguns atores. Evidencia-se ainda que outros atores sociais não promovem levantamentos, prejudicando assim a obtenção de dados mais precisos sobre o fluxo de turistas e visitantes.

Ao observar a introdução do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo como alternativa para o desenvolvimento da região, Cassou (2002) constatou que a atividade turística indicou-se capaz de promover benefícios ao município. Para Cassou (2002, p.67), o desenvolvimento do turismo local em Colombo fundamentou-se “no crescimento econômico, na equidade social, no equilíbrio ecológico (uso racional dos recursos naturais)”.

Analisando-se os indicadores do desenvolvimento do turismo sob a dimensão econômica, salienta-se primeiramente que o desenvolvimento do turismo pode proporcionar a geração de empregos diretos e indiretos ao local (BENI, 2006). Um dos atores sociais entrevistado apresentou uma visão geral sobre a geração de empregos diretos e indiretos no município de Colombo, associando-a com a atividade turística.

No ano passado (2007), Colombo foi um dos principais municípios geradores de empregos do Estado do Paraná, coisa que nunca tinha acontecido. Então como isso aconteceu? Incentivando as pequenas empresas, facilitando a questão da documentação e incentivando o turismo.

Em relação à geração de empregos diretos e indiretos no início do Circuito Italiano de Turismo Rural, Cassou (2002) menciona que no primeiro ano do roteiro, 102 empregos diretos foram gerados. Em 2001, os empregos diretos passaram para

181. Dessa forma, nota-se claramente o aumento no número de empregos gerados pelo turismo no município de Colombo, conforme relato de um dos atores sociais entrevistado:

Em 2004 foi feito um levantamento, nós estávamos gerando 218 empregos nas propriedades rurais. Hoje (2008) nós estamos gerando 579 empregos diretos, sem contar os guias. Os indiretos nós não conseguimos calcular. Mas também houve o crescimento dos empregos indiretos.

Observa-se que, com base nas entrevistas realizadas, a geração de empregos diretos e indiretos no município de Colombo, decorrente do desenvolvimento do turismo, está relacionada ao crescimento dos serviços turísticos e ao aumento da demanda de turistas e visitantes do Circuito Italiano de Turismo Rural. Candiotto (2007, p.310) assevera que “para cada emprego gerado no turismo rural em Colombo, agrega-se em mais de uma vez e meia nas atividades de terceiros”.

O que se nota, portanto, é que o aumento no número de turistas e visitantes no Circuito Italiano de Turismo Rural privilegiou a geração de renda às propriedades, o incentivo à diversificação e qualidade na prestação dos serviços por parte dos empreendedores e o crescimento do número de empreendimentos turísticos e pontos de visitação no roteiro. Em 2001 o número de empreendimentos participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural era 21, já em 2008 a quantidade de empreendimentos passou para 52. Um dos empreendedores entrevistados cita que:

Eu percebi que vários empresários entraram no Circuito desde o seu início. Isso trouxe até novas idéias. Mais entram do que saem, cada vez mais o Circuito cresce. Eu saí de Curitiba para trabalhar com o turismo aqui em Colombo, pois o turismo proporcionou o crescimento da quantidade de empregos diretos e indiretos.

Outro ator social entrevistado salienta bem a questão:

Vale à pena trabalhar com o turismo, pois a atividade ajuda na renda. E nós começamos a ampliar os serviços para melhor receber essas pessoas de fora. Mas quando nós resolvemos entrar no Circuito, não foi assim, teve todo um controle, eles vieram aqui, para não entrar no roteiro pessoas sem condições e que estraguem a imagem do circuito. Veio uma comissão aqui, olhou e eles podem até sugerir alguma adaptação. Depois que nós entramos ainda tivemos um período de adaptação. Hoje nós estamos para valer.

A incorporação da atividade turística no município de Colombo não prejudicou a interface entre o turismo rural e as atividades desenvolvidas nas propriedades agrícolas, pois como afirma Beni (2006), deve-se proporcionar a sinergia entre o turismo e as demais atividades econômicas praticadas na localidade. É salutar mencionar que a EMATER teve um papel relevante na orientação dos produtores rurais que decidiram investir no turismo. Através do turismo rural, os visitantes e turistas do Circuito Italiano de Turismo Rural passaram a consumir os produtos caseiros e de origem agrícola local, beneficiando a renda dos empreendedores locais, alinhando-se as proposições de Schneider e Fialho (2000).

Conforme apontado nas entrevistas, o desenvolvimento do turismo favoreceu a formação e o aprimoramento e qualificação da mão-de-obra dos profissionais atuantes no Circuito Italiano de Turismo Rural. A explicação desta constatação pode ser vista a partir do relato de um dos atores sociais entrevistado:

O que está acontecendo agora, o jovem vai a Curitiba ou outra cidade, estuda, faz faculdade e volta a Colombo para colocar em prática aquilo que aprendeu na faculdade, na sua propriedade, visando melhor atender o turista. O conhecimento que as pessoas estão adquirindo, elas estão aplicando aqui e isso se deve ao turismo. Isso é uma coisa muito legal que está acontecendo com o Circuito Italiano, pois os jovens estão abraçando, com uma garra, o trabalho desenvolvido antes pelos pais e pelos avós.

Neste outro relato verifica-se que “Para mim era difícil receber turistas, por isso me preparei através dos cursos organizados pelo município. Foi um curso para o turismo organizado pelo Departamento de Turismo”.

A análise dos relatos acima apresentados permite que se verifique uma expressiva valorização da capacitação dos profissionais do Circuito Italiano de Turismo Rural. Vale ressaltar que na busca do aprimoramento profissional, o empreendedor passa a enfatizar o treinamento e a capacitação dos seus colaboradores. Entretanto, conforme observado na seção 4.5, nem todos os treinamentos são realizados de forma conjunta entre os atores sociais. Em paralelo, Cassou (2002) defende que a capacitação do profissional do turismo inserido no Circuito Italiano de Turismo Rural deve ser contínua e cooperada, colaborando assim no crescimento do roteiro.



As vantagens proporcionadas pelo desenvolvimento do turismo na dimensão social também podem ser vislumbradas no município de Colombo. Cassou (2002) afirma que nos primeiros anos após a implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural detectaram-se mudanças significativas, como a melhoria da infra-estrutura de ruas, estradas, iluminação pública, coleta de lixo, transporte coletivo, saúde e educação.

No quesito infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local, grande parte dos entrevistados salientou a melhoria das estradas. Enfatiza-se o relato de um dos atores sociais: “O asfalto até o nosso atrativo veio principalmente devido ao Circuito Italiano”. Outro entrevistado complementa que “Após o Circuito me chamou a atenção a melhoria das estradas, a entrada de novos empreendimentos e até mesmo a preocupação com a educação. Por isso que muitos dizem que o Circuito está bem organizado”. Essas informações devem ser ressaltadas, pois a exemplo do que fora dito por um dos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural: “as propriedades do Circuito exigem mais da Prefeitura e acabam conseguindo benefícios para população como um todo”.

Referente à educação, um dos atores sociais entrevistados evidenciou o Projeto de Educação para o Turismo realizado nas escolas municipais de Colombo em 2007, contribuindo assim para conscientização das crianças sobre a importância do turismo à região.

No ano passado nós fizemos um projeto de educação para o turismo. Nós fizemos uma pesquisa nas escolas e perguntamos: Quais são os três pontos turísticos que você mais gosta em Colombo? E as crianças responderam Ópera de Arame, Jardim Botânico e Parque Tanguá. Mas são pontos turísticos de Curitiba! Assim foram montadas palestras nas escolas e comentava-se sobre a colonização italiana, o que tem no nosso município, ou seja, a valorização do nosso. As crianças fizeram o passeio no Circuito e eram acompanhadas por guias. Imagina, as crianças moravam no município e não o conheciam. Então nessa parte da educação, realmente foi bem interessante.

Ressalta-se, paralelamente, o crescimento do interesse dos moradores do município de Colombo pela história da cidade e na realização de trabalhos de pesquisa sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural.

Os atores sociais entrevistados asseguraram que uma dos principais benefícios proporcionados pelo Circuito Italiano de Turismo Rural relaciona-se à preservação do patrimônio cultural local. Esta constatação também pode ser vislumbrada a partir de Camargo (2007, p.108), pois a pesquisadora ressalta em seus estudos que “os agentes sociais do Circuito percebem e vivenciam o fortalecimento do seu patrimônio com a implantação do mesmo”. Um dos atores sociais entrevistados observa que:

A preservação do patrimônio cultural melhorou muito. Foi criado o Museu Cristoforo Colombo no Parque da Uva, a Casa do Imigrante e a Casa da Irmã Antonieta que a gente tá montando. Estes são alguns exemplos de como a gente repassa ao turista a cultura italiana.

Neste sentido, os atores sociais entrevistados salientaram que as pessoas fazem questão de apresentar aos turistas os seus costumes, hábitos e tradições. Paralelamente, destacam-se as ações promovidas pelo Departamento de Cultura do Município, favorecendo o relacionamento do visitante com a cultura local. O depoimento de um dos atores sociais entrevistados registra que “Quando vêm grupos a Casa da Cultura nós procuramos falar de cultura e ter uma exposição bacana”. Outro ator social complementa que:

Desde 2005, nós procuramos trabalhar com projetos nas cinco linhas: teatro, música, dança, artesanato e cinema. O que existia na cidade eram iniciativas particulares. Como Prefeitura, como instituição governamental existia mais recreação. Na verdade a recreação não abrangia tudo o que envolve a cultura. [...] implantamos na cidade o Festival de Teatro de Colombo, a Mostra de Dança e o Projeto Cinema para Todos. Também resgatamos as Festas em novos formatos. Hoje a gente consegue ter a Festa da Uva e do Vinho, olha na última não teve nenhuma briga, nada, questão na rua, então isso para quem participa da festa e para o turista é importante. Em relação à música têm as festas, apresentações de orquestras e corais. Sobre os artesanatos, além das feiras temos exposições de artes plásticas de artistas locais que até então não tinham um espaço e iam muito a Curitiba. Temos grupos locais de música e dança, da própria cultura italiana. [...] Estes projetos tem atraído turistas para Colombo.

Pode-se estabelecer uma ligação importante entre os dados apresentados pelos atores sociais, em relação ao desenvolvimento do turismo na dimensão social, com as proposições de Rabahy (2003) e Candiotto (2007), pois os atores defendem a necessidade de se preservar a autenticidade da cultura local, evitando que a mesma seja banalizada pelos turistas, fato observado no Circuito Italiano de Turismo Rural através da valorização da cultura local.

A formação da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural também foi ressaltada pelos atores sociais do turismo. Um dos atores sociais justifica o seu posicionamento favorável em relação à associação “Nós fazemos parte da Associação e acho que eles desempenham um papel importante no Circuito, pois eles nos ajudam, orientam e escutam as nossas idéias”. Todavia outros atores reforçam que a Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural precisa valorizar a sua gestão participativa, evitando assim entrar em decadência como ocorreu no caso da Associação dos Produtores Agrícolas de Colombo.

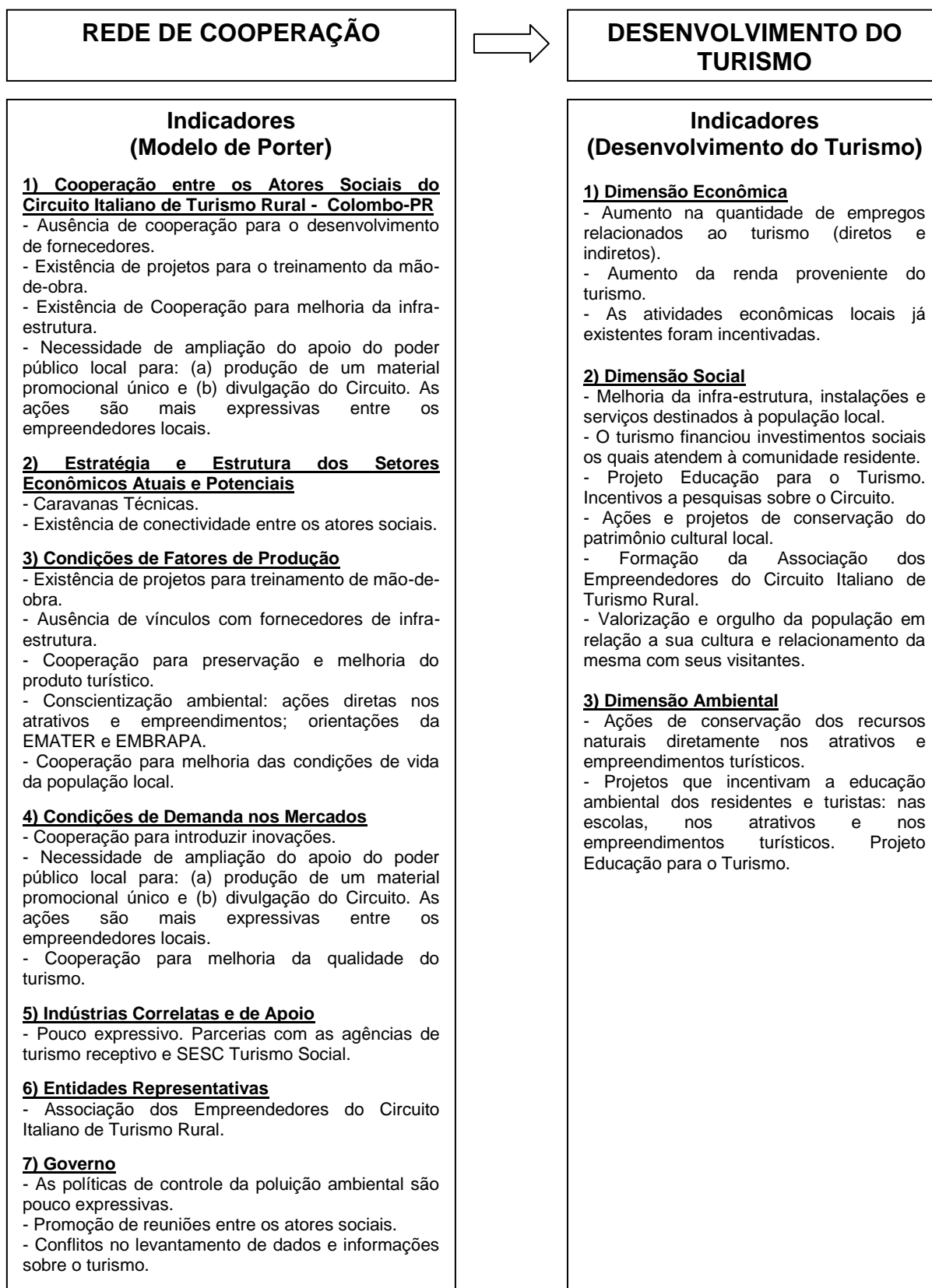
Em termos de desenvolvimento do turismo na dimensão ambiental é correto afirmar que a implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural buscou garantir a conservação ambiental do município de Colombo. Além do Projeto de Educação para o Turismo realizado nas escolas do município, destacam-se como ações de conservação ambiental a criação do Parque Municipal da Gruta do Bacaetava e a produção orgânica em distintas propriedades do Circuito. No Parque Municipal da Gruta do Bacaetava todos os visitantes recebem informações sobre a conservação do meio ambiente antes de realizar a visita. Já a importância dos produtores orgânicos pode ser confirmada através do relato do ator social entrevistado, relacionando a conservação ambiental e a educação:

A produção e a horta orgânica ajudam na preservação do solo e do ambiente, pois como não há adubo e produto químico, a gente trabalha naturalmente. Existem pessoas que entram em contato, pois querem montar um vídeo sobre a produção orgânica para passar nas escolas às crianças que não podem vir ao Circuito.

Sob esta ótica, vale ressaltar o aspecto mencionado por um dos atores sociais entrevistados “Na nossa propriedade o turista tem a possibilidade de ter contato direto com a natureza e quando ele tem esse contato ele passa a preservá-la”. As declarações dos atores sociais convergem para as proposições de Beni (2006), Rabahy (2003) e a OMT (2003), pois o turismo possui estreita ligação com o meio ambiente e para evitar os impactos negativos sobre o mesmo, deve-se realizar o correto dimensionamento do desenvolvimento da atividade turística no município.

A figura 9 apresenta um resumo das categorias analíticas de pesquisa e seus respectivos indicadores analisados.

Figura 9 Relação entre as Categorias Analíticas de Pesquisa



FONTE: Elaboração própria.

#### 4.7 A REDE DE COOPERAÇÃO ENTRE OS ATORES SOCIAIS DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL E O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DO MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR

Partindo-se da premissa de que a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo do município de Colombo, torna-se relevante, nesta seção, a análise a respeito do contexto desta contribuição no referido contexto.

É possível perceber que a existência do Circuito Italiano de Turismo Rural representa um passo importante no que se refere à organização da atividade turística no município de Colombo. Revela-se também que quando os atores sociais do turismo estreitam os seus vínculos, seja em relação ao intercâmbio de informações, aprendizagem, inovações, análise conjunta dos problemas e soluções em comum, ocorre praticamente o rompimento da visão de desinteresse pela perspectiva de ação coletiva (BALESTRO, 2004). Neste sentido, o Circuito Italiano de Turismo Rural colaborou para que os atores sociais iniciassem a sua participação e colaboração diretamente na estruturação e desenvolvimento do turismo no município.

Interessante notar que a cooperação foi enfatizada desde o momento em que se planejou a criação do Circuito Italiano de Turismo Rural, pois englobou o trabalho conjunto da EMATER, COMEC, Paraná Turismo, Ecoparaná e Prefeitura Municipal de Colombo. Compreende-se o quão importante foi apresentar posteriormente as idéias aos empresários e produtores agrícolas da região, objetivando integrá-los ao contexto da atividade turística. Posteriormente, com a criação do Conselho Municipal de Turismo, verificou-se a articulação de idéias relacionadas ao desenvolvimento do turismo e a gestão compartilhada do roteiro. Denota-se que estes dados aproximam-se da visão defendida pelo Ministério do Turismo do Brasil (2007), pois tanto o planejamento quanto o desenvolvimento do turismo devem privilegiar a ação integrada e a permanente articulação entre todos os setores envolvidos na atividade turística.

Após a implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural no município de Colombo, com o respaldo das entidades envolvidas, pôde-se verificar o crescimento do número de integrantes e dos benefícios gerados ao município.

É salutar mencionar que a organização do Circuito sofreu alterações ao longo dos anos, justificadas pelo incremento do roteiro, ampliação da visão do trabalho cooperado e a necessidade de se adaptar às exigências impostas pelo mercado. Tais informações corroboram as proposições de Cunha e Cunha (2006), pois a valorização da cooperação intensifica a eficiência do roteiro turístico. Complementando-se o acima, sob a ótica de um dos atores:

Um grupo falando em conjunto, de forma coletiva é muito mais produtivo do que a ação individual. Porém essa cooperação não é fácil, porque às vezes é mais rápido tomar uma decisão sozinho. A cooperação no turismo é um processo mais lento mas é um processo com um ganho maior. Eu me torno mais atrativo do ponto de vista de mercado, eu me torno mais significativo nas minhas reivindicações, frente às instituições que me cercam e que são importantes para mim. A cooperação no turismo se faz presente em Colombo porque a cadeia produtiva do turismo é grande, pois um destino precisa ter a oferta de alimentação, hospedagem, entretenimento. Um único empreendimento dificilmente consegue oferecer tudo isso.

O maior envolvimento dos atores sociais no Circuito Italiano de Turismo Rural representou um avanço na consolidação da cooperação no roteiro, pois as ações em prol do desenvolvimento do turismo, ao contrário de serem estabelecidas apenas pelo poder público, passam a contemplar a participação da comunidade, iniciativa privada e entidades de apoio. Outros acontecimentos importantes foram: atuação da EMATER na orientação dos produtores rurais que iniciaram os trabalhos com o turismo rural, a inserção do trabalho do SEBRAE-PR e a criação da Associação dos Empreendedores do Turismo Rural. De acordo com o Gestor de Projetos de Turismo do SEBRAE-PR, o papel da entidade no município é favorecer a cooperação e o desenvolvimento sustentável do turismo, destacando-se que:

O SEBRAE-PR, principalmente em Colombo, tem orientado o desenvolvimento do destino como um todo, para que eles ganhem como um grupo, como um Circuito, mas focando também o desenvolvimento de cada um dos empreendimentos, pois o SEBRAE-PR também oferece consultoria especializada. É uma complementação de um trabalho que vem sendo feito.

Porter (1999, p.275) salienta que “as associações específicas do aglomerado também são necessárias”, beneficiando a integração dos esforços de vários atores

sociais. Neste sentido, é correto afirmar que a Associação dos Empreendedores do Turismo Rural, em parceria com os trabalhos da EMATER e do SEBRAE-PR, contribuíram para o desenvolvimento do turismo no município. Pode-se notar, pelo que foi exposto na seção 4.5, a necessidade de reestruturação do Conselho Municipal de Turismo visando promover melhorias em relação ao turismo no município. O relato de um dos atores sociais entrevistados justifica que: “Sabe, no Circuito precisa-se valorizar a cooperação. Por isso, a Secretaria, o Conselho e a Associação precisam saber trabalhar com essa situação”.

As análises das entrevistas demonstraram distintos benefícios no desenvolvimento do turismo no município de Colombo, decorrentes da implantação e do trabalho cooperado dos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. Entretanto, em relação aos indicadores de desenvolvimento do turismo na dimensão econômica, verificou-se que a cooperação foi mais atuante no início do Circuito. Atualmente nem todos os indicadores se fazem tão freqüentes, como no caso da necessidade de ampliação do apoio do poder público local na divulgação e promoção do Circuito Italiano de Turismo Rural, através da produção de materiais únicos.

A ausência de cooperação para o desenvolvimento de fornecedores acarreta prejuízos ao Circuito, pois os atores sociais poderiam reduzir os seus gastos negociando valores e parcerias mais vantajosas e diretamente com os fornecedores, como mencionado em relação às compras. A participação ativa do poder público, na elaboração do material unificado de promoção e divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural, poderia favorecer a vinda de um maior número de turistas e visitantes ao município proporcionando mais empregos e renda ao empreendedor local, fomentando o crescimento das vendas dos produtos locais e caseiros, colaborando para o avanço das atividades econômicas locais já existentes.

Entretanto, a cooperação existente entre os atores sociais, para divulgação dos pontos de visitação através de indicações diretamente aos visitantes e turistas que visitam a sua propriedade, contribui para o desenvolvimento do turismo, reduzindo impecilhos quaisquer, sempre buscando facilitar a visita aos demais atrativos e empreendimentos do Circuito. Os atores sociais entrevistados ponderam:

“A gente pergunta para pessoa, como você conheceu aqui? Ah, tal pessoa me indicou”, ou ainda com o intuito de sugestão de aprimoramento desta cooperação para divulgação “Poderíamos criar um grande mapa que fosse fixado na parede das propriedades para poder passar as informações aos turistas”.

Torna-se salutar mencionar que a atual preocupação da Secretaria Municipal de Turismo e da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural, em relação à realização de treinamentos conjuntos e capacitação do empreendedor local, privilegiará o compartilhamento de informações entre os atores sociais, permitindo que durante os treinamentos eles troquem experiências, incentivando a implantação nos seus empreendimentos de ações bem sucedidas. Um dos atores sociais entrevistados argumenta que “Quando a Secretaria faz um treinamento ela convida todo mundo, restaurante, vinícolas, etc.”. Tal observação, acrescida da cooperação existente no Circuito Italiano de Turismo Rural em relação à melhoria da qualidade do turismo, as inovações e as atividades desenvolvidas em parcerias (caravanas), beneficiam em consequência o desenvolvimento do turismo local, fazendo com que o roteiro se torne mais atrativo ao visitante e turista, atendendo suas expectativas.

Referente ao desenvolvimento do turismo sob a dimensão social, ressalta-se que a presença das ações cooperadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural mostrou-se importante para a conservação do patrimônio local, intensificando o orgulho da população local em relação a sua cultura e relacionamento dos mesmos com seus visitantes. Os depoimentos dos atores sociais registram o exemplo da criação do museu, “A própria população doou objetos antigos para levar ao museu” ou ainda “Ah, com certeza a comunidade colabora nas iniciativas culturais. Existem pessoas que ajudam. Por exemplo, na implantação do Museu no Bosque da Uva, a comunidade participou dessa iniciativa”.

A análise da cooperação existente para a preservação do patrimônio cultural também permite vislumbrar os benefícios proporcionados à população local, pois as iniciativas culturais realizadas no município (criação de museus e projetos culturais) promoveram o acesso da população à cultura e lazer, estimulando-a a compreender a história do município e o Circuito Italiano de Turismo Rural. Através da implantação



do Circuito Italiano no município de Colombo nota-se a melhoria da infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local, pois a cooperação existente entre os atores sociais do Circuito, otimizando o roteiro beneficia indiretamente a comunidade. À título de ilustração, pode-se mencionar a melhoria das estradas.

Vale reforçar, em relação ao desenvolvimento do turismo na dimensão social, a relevância do aprimoramento profissional dos empreendedores e a aplicação deste conhecimento adquirido no Circuito Italiano de Turismo Rural, favorecendo o treinamento e a capacitação dos seus colaboradores.

Ressalta-se ainda a cooperação para realização de eventos na cidade, favorecendo diversos setores do município e, conseqüentemente, o desenvolvimento do próprio turismo local, segundo relato: “Quando fazemos as grandes Festas, como a Festa da Uva e do Vinho, contamos com a participação de outras Secretarias e da Prefeitura, beneficiando a população local por causa da vinda dos visitantes”.

Ao se considerar o desenvolvimento do turismo na dimensão ambiental e seus respectivos projetos de conservação ambiental, pode-se afirmar que existem visões contraditórias entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural em relação às ações de cooperação nesta dimensão. Enfatiza-se que o desenvolvimento do turismo na dimensão ambiental foi beneficiado primeiramente pelo Projeto Educação para o Turismo. Apesar de a iniciativa ter partido da Secretaria Municipal de Turismo, houve cooperação por parte dos empreendedores, colaborando na recepção dos estudantes em suas propriedades, atendendo-os e orientando-os sobre o funcionamento das mesmas. Ainda no quesito conservação ambiental, observa-se a existência de ações pontuais de orientação aos turistas e visitantes, diretamente nos atrativos e empreendimentos turísticos, como no caso do Parque Municipal da Gruta do Bacaetava e nas propriedades onde ocorre a produção orgânica.

Através de uma análise mais específica da percepção dos atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural, salienta-se que os mesmos valorizam a cooperação em relação a projetos de conservação ambiental no circuito. Destacam-

se os relatos: “Em relação à conservação ambiental e a preservação do patrimônio cultural [...] quando eu me insiro num processo de cooperação eu me torno um pouco fiscal do outro”, e ainda:

Quando um turista vai a uma área ambiental ele não quer ver lixo no chão, ele quer ver separação do lixo, ela quer ver economia de água, a gestão sustentável mesmo do empreendimento. Ele quer ver a pessoa da comunidade sendo empregada, contando as suas experiências e recebendo as pessoas.

Entretanto, apesar dos avanços no desenvolvimento do turismo no município de Colombo, o Circuito Italiano de Turismo restam ainda aspectos a serem considerados. Dentre eles, a sinalização turística, pois a ausência da mesma ou sua precariedade, prejudicam a imagem do Circuito, tendo assim a reduzir o número de turistas e visitantes. Dois atores sociais entrevistados enfatizam que:

Os turistas que nós recebemos reclamam constantemente e dizem que a sinalização do Circuito é precária. Por exemplo, lá no Trevo do Atuba poderia ter algo indicando o Circuito Italiano, mas não tem nada, por isso a sinalização peca bastante.

Para receber mais visitantes precisa ser feito muita coisa não só no Circuito mas no município como um todo. É um trabalho lento de conscientização de não somente daqueles que trabalham com o turismo, mas da comunidade em geral. Tanto que a sinalização da cidade foi refeita agora, digo as placas das ruas, com um material que não interessa roubar, porque a Prefeitura não vencia colocar placa de rua. E a sinalização de trânsito mesmo acaba sendo a horizontal, desenhada no chão.

As figuras 10 e 11 ilustram o problema de algumas placas de sinalização do Circuito Italiano de Turismo Rural.

Figura 10 Placas de Sinalização – Problemas com a Conservação



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

Figura 11 Placas de Sinalização – Problemas com Pichações



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

Contudo, na opinião dos atores sociais, merece destaque o fato de o município possuir potencial de crescimento e o trabalho cooperado poderia contribuir para o desenvolvimento deste potencial, como justifica um dos atores sociais:

Tá bom, mas pode melhorar. Tem um potencial gigante que não está sendo explorado. Tem muito potencial na área rural, religiosa, cultural e ambiental. Tem o Vale do Capivari e o Morro da Cruz que poderiam ser trabalhados. Um dos pontos que falta no município é o artesanato, o souvenir de Colombo.

Da mesma forma, ressalta-se que a ampliação do Circuito Italiano de Turismo Rural exigirá cada vez mais a integração e a troca de informações entre todos os atores sociais do turismo, visando à cooperação, conforme relato:

A cooperação com certeza favorece o desenvolvimento do turismo. Imagina se ele vem na minha propriedade e depois quer visitar outra e esta outra está fechada ou o posto de informações turísticas está fechado. Ele vai ficar chateado. Por isso tem que existir essa cooperação, um saber falar do outro.

Ou ainda:

Dentro da cooperação o acesso a informação é muito mais fácil. Porque se eu tenho dúvidas em relação, por exemplo, a gestão sustentável do meu empreendimento, talvez eu tenha onde buscar essa informação, pois um órgão ou uma instituição pode vir nos orientar, orientar o grupo de empresários.

Interessante notar que os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural acreditam que a existência de uma rede de cooperação entre os mesmos pode contribuir no desenvolvimento do turismo local e ainda apresentam sugestões ao circuito. Neste sentido, destacam-se dois depoimentos: “Para melhorar o espírito de cooperação no Circuito deveriam investir na orientação do empreendedor, que englobasse assuntos para unir, não se fizesse de pouquinho em pouquinho, mas que tivesse continuidade”. E também:

Como as organizações de apoio, a iniciativa privada e o poder público podem se organizar para incentivar e fortalecer o sentimento de cooperação? Eu acho que em primeiro lugar trabalhando a questão comportamental, retomando alguns conceitos básicos do que eles consideram cooperação. Só que se a gente disser para eles, vamos a uma palestra sobre cooperação, eu acho que a gente não conquista as pessoas. Então a gente precisa de ações mais práticas para que eles vejam que a cooperação faz diferença. Que foi como eles vivenciaram lá no Circuito das Frutas em São Paulo. Então lá eles tiveram contato com a realidade, foram realizadas palestras com a Associação do Circuito, que são os empresários ali e hoje ela é muito forte. É ela quem recebe os turistas, ela ajuda na distribuição de condutores e eles têm um fluxo legal de pessoas. Então é

mostrando isso que eles vão refletir, vão fazer alguns paralelos. Ah se talvez a gente atuasse dessa forma, a gente conseguiria.

Como respaldo das análises realizadas pode-se inferir que essas ações cooperadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural realmente contribuíram para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo, mesmo observando-se a inexistência de cooperação em algumas determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999), percebe-se claramente que a cooperação deve ser permanentemente valorizada no Circuito.

A intensificação da cooperação deve contar com a participação da Prefeitura Municipal de Colombo, estimulando assim os demais atores sociais, viabilizando idéias e potencializando novas ações cooperadas no Circuito. Há expectativas de projetos de ampliação do trabalho cooperado no Circuito, principalmente a partir da Associação dos Empreendedores do Turismo Rural e do SEBRAE-PR, objetivando realmente o desenvolvimento do turismo local.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre a rede de cooperação entre os atores sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural, sob a ótica da Teoria dos Aglomerados de Michael Porter (1999) e a partir da abordagem orientada nas determinantes do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional, contribui diretamente na compreensão sobre o desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR. Vale ressaltar que o objetivo geral do presente estudo consiste em analisar como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo.

Na fundamentação teórica, a partir da leitura de vários autores, promoveram-se considerações sobre: o termo desenvolvimento, desenvolvimento local e desenvolvimento do turismo. Aborda-se ainda que a análise sobre o desenvolvimento do turismo local contemplou os dados atinentes às dimensões econômica, social e ambiental. Em seguida percebeu-se, a partir dos apontamentos realizados sobre a Teoria de Aglomerado de Porter (1999), Modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional e redes de cooperação, que a referida teoria alinha-se à realidade do turismo, permitindo que se vislumbre a relação entre a rede de cooperação e o desenvolvimento do turismo local. Reforça-se a idéia de que a cooperação entre os atores sociais de um aglomerado de turismo assumiu relevante posição na atual conjuntura, destacando-se como forma do aglomerado de turismo se diferenciar frente à competitividade do mercado (THOMAZI, 2006).

A partir dos resultados do presente estudo ressalta-se que as redes de cooperação, quando contextualizadas no turismo, podem ser vislumbradas como resultado do relacionamento cooperado entre os atores sociais de um aglomerado de turismo, privilegiando o enfoque coletivo, os objetivos comuns e a troca de informações. Em outras palavras, a rede de cooperação no turismo oferece apoio à articulação de ações e projetos conjuntos entre os atores sociais em prol do desenvolvimento do turismo local. Segundo Biesek (2004) a cooperação é um importante elemento da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999), permitindo

verificar que através da união entre os atores sociais de um aglomerado de turismo ganha-se mercado e competitividade.

Os procedimentos metodológicos que conduziram a pesquisa pautaram-se na natureza qualitativa, classificada como exploratória-descritiva, contemplando o estudo de caso como método de procedimento. Ao todo foram entrevistados 10 atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural. Além das entrevistas semi-estruturadas com os atores sociais do turismo, para coleta de dados aplicaram-se as pesquisas bibliográfica e documental. Para verificação dos dados realizaram-se a análise documental dos dados secundários e a análise de conteúdo das entrevistas semi-estruturadas. É salutar mencionar a ênfase na triangulação dos dados obtidos e confrontados com o referencial teórico.

Com o intuito de averiguar como a rede de cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural contribuiu para o desenvolvimento do turismo local, trabalhou-se com duas categorias analíticas de pesquisa: rede de cooperação e desenvolvimento do turismo com seus respectivos indicadores. Vale reforçar que os indicadores da categoria analítica de pesquisa rede de cooperação fundamentaram-se nas determinantes do modelo Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter, adaptado ao contexto do turismo e à realidade da região pesquisada. Os indicadores da categoria analítica de pesquisa Desenvolvimento do Turismo basearam-se nas dimensões econômica, social e ambiental.

O estudo buscou analisar um aglomerado de turismo e o Circuito Italiano de Turismo Rural apresentou os requisitos para este propósito. Esta afirmação justifica-se pela constatação de que o Circuito Italiano de Turismo Rural é um agrupamento de atrativos e empreendimentos turísticos, geograficamente concentrados, que se inter-relacionam e vinculam-se com o setor público e organizações de apoio, objetivando a ação cooperada (PORTER, 1999). É salutar mencionar que a presença de uma associação entre os empreendedores locais aliada ao apoio do setor público privilegia a visão do Circuito Italiano de Turismo Rural como um aglomerado de turismo.

Em relação ao primeiro e segundo objetivos específicos do estudo, apresentou-se o Circuito Italiano de Turismo Rural com seu histórico, atrativos, empreendimentos turísticos e as organizações de apoio. Atualmente o Circuito é composto por 52 empreendimentos (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE COLOMBO, 2008), verificando-se a existência de três organizações de apoio de destaque: Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural, SEBRAE-PR e EMATER.

No que tange aos resultados do terceiro objetivo específico, salienta-se que a organização, coordenação e tomada de decisões no Circuito Italiano de Turismo Rural ocorrem a partir do trabalho sinérgico desenvolvido pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural e pelo Conselho Municipal do Turismo.

Referente aos resultados do quarto objetivo específico assevera-se que as principais ações cooperadas realizadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural referem-se à: (a) melhoria da infra-estrutura; (b) caravanas técnicas, (c) existência de conectividade entre os atores sociais; (d) existência de cooperação para preservação e melhoria do produto turístico; (e) melhoria das condições de vida da população local; (f) introdução de inovações; (g) melhoria da qualidade do turismo; (h) ações da Associação de Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo Rural; (i) estímulo às reuniões e (j) existência de projetos para treinamento da mão-de-obra. Em contrapartida, verificou-se que a cooperação para divulgação e promoção do roteiro resume-se nas ações pontuais dos empreendedores (indicações de outros empreendimentos). Além disso, constatou-se a ausência de cooperação para o desenvolvimento de fornecedores, e opiniões divergentes relativas à cooperação para conservação ambiental.

Em relação aos resultados do quinto objetivo específico, percebeu-se que os principais elementos relacionados ao desenvolvimento do turismo na região foram: (a) geração de empregos e renda; (b) investimentos do empresariado local nos empreendimentos turísticos locais; (c) estímulo às atividades econômicas já existentes; (d) melhoria da infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local; (e) Projeto Educação para o Turismo; (f) incentivos às pesquisas



sobre o roteiro; (g) projetos de conservação do meio ambiente e patrimônio cultural; (h) formação da Associação dos Empreendedores do Circuito Italiano de Turismo; (i) financiamento, a partir do turismo, de projetos que atendem a comunidade residente e (j) financiamento, a partir do turismo, de investimentos sociais os quais atendem à comunidade residente do município de Colombo.

Com base nas análises realizadas para se atingir o sexto objetivo específico, não há como negar que as ações cooperadas entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural realmente contribuíram para o desenvolvimento do turismo no município de Colombo, apesar da constatação da inexistência de cooperação em algumas determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional de Porter (1999). Salienda-se que a cooperação deve ser permanentemente valorizada no Circuito Italiano de Turismo Rural. Deve-se frisar que a cooperação entre os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural foi favorecida principalmente pela participação efetiva dos empreendedores e das entidades de apoio locais em prol de ações cooperadas, vislumbradas desde o início do Circuito Italiano de Turismo Rural, visando o desenvolvimento do turismo no município de Colombo.

À título de ilustração, merece ser destacado que a Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) associada ao modelo do Diamante da Vantagem Competitiva permite observar e enunciar uma dinâmica de análise das formas e processos de cooperação entre os atores sociais dos aglomerados de turismo. Trata-se de questionar as possibilidades de compreensão da Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) e do Modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional com base nas etapas de desenvolvimento da rede de cooperação em aglomerados de turismo, aproximando-se assim das constatações propostas por Scherer e Zawislak (2007).

Em outras palavras, para que tal foco seja plenamente aplicável é de suma importância compreender as determinantes do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional nas etapas que englobam o processo de formação, desenvolvimento e consolidação da rede de cooperação nos aglomerados de turismo (CUNHA; CUNHA, 2006). Neste sentido, transparece no presente estudo que o Circuito Italiano de Turismo Rural aproxima-se da fase de evolução da sua rede de cooperação, pois de acordo com Scherer e Zawislak (2007), este período caracteriza-se pela presença de

um sistema de gestão e coordenação da rede de cooperação consolidado, item observado no Circuito Italiano de Turismo. Desta forma, averiguou-se que a rede de cooperação entre os atores do Circuito Italiano de Turismo passou por distintas etapas, destacando-se primeiramente o estímulo para que os atores sociais compreendessem a idéia de cooperação no aglomerado, até a consolidação das ações conjuntas. Tais etapas acentuam a importância de se fortalecer as ações cooperadas em aglomerados de turismo objetivando estruturar o desenvolvimento do turismo local (BIESEK, 2004; PORTER, 1999; THOMAZI, 2006).

Sob esta ótica, sugere-se uma ampliação deste estudo incluindo maior número de atores sociais, pois existe a possibilidade de crescimento do Circuito Italiano de Turismo Rural e a entrada de novos empreendedores. Paralelamente seria interessante aprofundar a investigação sobre os elementos que facilitam ou impedem a cooperação nas determinantes do modelo do Diamante da Vantagem Competitiva de Porter adaptado aos aglomerados de turismo. Finalizando, torna-se relevante também verificar a rede de cooperação em outros aglomerados de turismo no intuito de ampliar a compreensão sobre a Teoria dos Aglomerados de Porter (1999) e o modelo do Diamante da Vantagem Competitiva Nacional no contexto do turismo.

## REFERÊNCIAS

- ACERENZA, M. A. **Administración del turismo: conceptualización y organización**. 4 ed. v.1. México: Trillas, 2000.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Capital social e empreendedorismo local. In: LASTRES, H. M. M. *et al.* **Proposição de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais de micro, pequenas e médias empresas**. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. [S.l.: s.n.], p.1-28. set.2002. Disponível em: <[http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt\\_count.php?projeto=nt33&cod=24](http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt_count.php?projeto=nt33&cod=24)>. Acesso em 13 jan.2009.
- AMARAL FILHO, J. do. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **Revista IPEA: Planejamento e Políticas Públicas**. IPEA, n. 23, jun. 2001, p.261-286.
- AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas – Fundação Vanzolini, 2000.
- ANDRIGUI, F. F. **A destinação turística de Urubici/SC a partir da ótica de redes interorganizacionais**. 2007. 130f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2007.
- ARAUJO, C. M. **Ética e qualidade no turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- ARAUJO, P. S. O. de. Desenvolvimento do turismo e população local. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **Turismo com ética**. 2. ed. v.1. Fortaleza, UECE, 1998. p.407-418.
- BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M. A dimensão estratégica das redes horizontais de PMES: teorização e evidências. **Revista de Administração Contemporânea**. Edição Especial, 2004. p.203-227.

BALESTRO, M. V. Características estruturais e mecanismos de governança em redes de cooperação: apontamentos conceituais. In: VERSCHOORE, J. R. S. (Org.).

**Redes de cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: FEE, 2004. p.49-67.

BARROS, A. T. de., JUNQUEIRA, R. D. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.32-50.

BENEVIDES, I. P. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2000. p.23-41

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 6. ed. atual. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo. In: BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo.** Caxias do Sul: EDUCS, 2002. p.31-34.

\_\_\_\_\_. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003. (Série Turismo).

\_\_\_\_\_. **Política e planejamento de turismo no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

BERTON, L. H.; CUNHA, S. K. da; CUNHA, J. C. da. Planejamento e governança de um cluster turístico. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. *Anais Eletrônicos...* Distrito Federal: [s.n.], 2005. p.1-13. CD-ROM.

BIESEK, A. N. Experiência da teoria de aglomerados para o turismo. In: SANTOS, C. H. (Org.). **Organizações e turismo.** Caxias do Sul: EducS, 2004. p.65-73.

BLOS, W. O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento.** Bauru: EDUCS, 2000. (Coleção Turis). p.199-222.

BOISIER, S. Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? In: MADOERY, O.; BARQUERO, A. V. **Transformaciones globales, instituciones, y políticas de desarrollo local**. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001. Paginação irregular. Disponível em: <<http://www.cedet.edu.ar/sitio/administracion/agenda/boisier.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão**. Brasília, MTUR, 2007. 86p. Disponível em: <[http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/institucional/arquivos/PNT\\_2007\\_2010.pdf](http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/institucional/arquivos/PNT_2007_2010.pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2008.

\_\_\_\_\_. **Turismo no Brasil 2007/2010**. Brasília, MTUR, 2006. 130p. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 21 dez. 2008.

BRITTO, J. Cooperação e aprendizado em arranjos produtivos locais: em busca de um referencial analítico. In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. (Orgs.). **Arranjos produtivos locais: uma nova estratégia de ação para o Sebrae: relatório de atividades do referencial conceitual, metodológico, analítico e propositivo**. Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. [S.l.: s.n.], 23 p., ago.2004. Disponível em: <[http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt\\_count.php?projeto=nt43&cod=1](http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt_count.php?projeto=nt43&cod=1)>. Acesso em: 19 jun. 2008.

BUARQUE, S. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Recife: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 1999.

BURZYNSKI, T.; DRYGLAS, D.; NOWAKOWSKI, M. C. **Globalization, SMES and tourism development: case study: value chains in the polish hotel industry**. [S.l.]: OECD. p.1-33. fev.2008. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/44/55/40122401.pdf>>. Acesso em 14 jan.2009.

BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. Introduction. In: BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. (Eds.). **Tourism and recreation in rural areas**. Chichester – England: J. Wiley & Sons, 1999. p.3-16.

CAMARGO, L. A. R. **Circuito Italiano de Turismo Rural**: o turismo, o cotidiano e o patrimônio cultural da região de Colombo-PR. 2007. 119f. Dissertação (Mestrado em Cultura & Turismo) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Santa Cruz / Universidade Federal da Bahia, Ilhéus, 2007.

CAMARGO, L. O. de L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. (Orgs.) **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, p.7-28.

CANDIOTTO, L. Z. P. **Turismo rural na agricultura familiar**: uma abordagem geográfica do Circuito Italiano de Turismo Rural (CITUR), município de Colombo-PR. 2007. 397f. Tese (Doutorado em Geografia) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

CARACRISTI, I. O turismo que se faz e o desenvolvimento que queremos. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **Turismo com ética**. 2. ed., v.1. Fortaleza, UECE, 1998. p.407-418.

CARRÃO, A. M. R. Cooperação entre empresas de pequeno porte em pólos industriais: um estudo comparativo. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo: USP, v. 39, n. 2, p.186-195, abr./maio/jun.2004.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CASSOU, S. R. **Turismo e lazer na região metropolitana de Curitiba-PR**: estudo sobre o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo. 2002. 120f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2002.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 9. ed., v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. A. B. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3. ed. São Paulo, Hucitec, 2001. p.94-121.

COLOMBO, PREFEITURA MUNICIPAL. **Unidade de saúde**. 2009. Disponível em: <[http://www.colombo.pr.gov.br/prefeitura/saude/\\_telesaude.html](http://www.colombo.pr.gov.br/prefeitura/saude/_telesaude.html)>. Acesso em 05 fev.2009.

COLOMBO, SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO. **Circuito Italiano de Turismo Rural**. 2008. 2p.

COMEC. Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba. **Formação da RMC**. 2009a. Disponível em: <<http://www.comec.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=30>>. Acesso em 21 jan.2009.

\_\_\_\_\_. **Ocupação da RMC**. 2009b. Disponível em: <<http://www.comec.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=31>>. Acesso em 21 jan.2009.

COOPER, C. *et al.* **Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Roca, 2001.

CORAZZA, J. Novos municípios e o desenvolvimento regional: o caso de Alto Alegre. In: VERDUM, R.; STROHAECKER, T. (Orgs.). **Desenvolvimento regional, turismo e educação ambiental**. Porto Alegre: Associação dos Geógrafos Brasileiros – Seção Porto Alegre, 2000. p.108-109.

CORIOLOANO, L. N. M. T. O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: CORIOLOANO, L. N. M. T.; LIMA, L. C. (Orgs.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003. p.26-44.

COSTA, H. A. Análise das relações de rede e do perfil da competitividade turística: estudo comparativo entre São Francisco do Sul e Laguna-SC. 2005. 188f.

Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2005.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CUNHA, S. K. da; CUNHA, J. C. da. Clusters de turismo: abordagem teórica e avaliação. **Revista de Desenvolvimento Econômico.** Salvador: UNIFACS, v. 8, n. 13, p.60-67, jan. 2006.

CURTIS, L. F. de. **Relacionamentos interorganizacionais, em contexto de aglomeração territorial: um estudo no setor hoteleiro das destinações turísticas de Gramado e Canela (RS).** 2008. 140f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2008.

DANN, G. M. S. Temas teóricos para o futuro desenvolvimento do turismo: identificando a agenda. In: PEARCE, D. G.; BUTLER, R. W. (Orgs.). **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos.** Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo Contexto). p.25-25.

DANTAS, J. C. de S. **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: uma questão de gestão estratégica.** São Paulo: Roca, 2002.

DE ESTEFANI, C. do C. **Regionalização e gestão territorial: o turismo na região metropolitana de Curitiba (PR).** 2006. 242f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – Setor de Ciências Exatas e de Tecnologia, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2006.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Editora Futura, 1998.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 5. ed. São Paulo: Editora Futura, 2001.

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



DINIZ, C. C. O papel das inovações e das instituições no desenvolvimento local. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 29, 2001, Salvador. *Anais eletrônicos...* Bahia: [s.n.]. Disponível em: <[http://www.anpec.org.br/encontro\\_2001.htm](http://www.anpec.org.br/encontro_2001.htm)>. Acesso em: 23 mai. 2008.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.62-83.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.215-235.

EMATER. Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural. **Institucional**. 2008. Disponível em: <http://www.emater.pr.gov.br>. Acesso em 19 dez.2008.

ESTEVA, G. Desenvolvimento. In: SACHS, W. (Org.). **Dicionário do desenvolvimento**: guia para o conhecimento como poder. Tradução de Vera Lúcia M. Joscelyne, Susana de Gyalokay e Jaime A. Clasen. Petrópolis: Vozes, 2000. p.59-83.

FERRARA, L. D. Do mundo como imagem à imagem do mundo. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A. de; SILVEIRA, M. L. (Orgs.). In: **Território**: globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec, 2002. p.45-50.

FERRARINI, S. **O município de Colombo**. Curitiba: Champagnat, 1992.

FERREIRA, P. **Sociologia do desenvolvimento**. 5 ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

FERRETTI, E. R. **Turismo e meio ambiente**: uma abordagem integrada. São Paulo: Roca, 2002.

FLORES, M. K.; SEGATTO-MENDES, A. P. Contribuições da cooperação universidade-empresa para a capacitação tecnológica de PMES moveleiras. In:

STAINSACK, C. *et al.* (Coord.). **Arranjos produtivos locais no Paraná: Concurso IEL – Paraná monografias sobre a relação universidade/empresa.** Curitiba: IEL, 2006. p.83-115.

FROTA, I. L. N. Análise dos determinantes da vantagem competitiva da carnicultura nordestina. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. *Anais eletrônicos...* Distrito Federal: [s.n.], 2005. p.1-16. CD-ROM.

GEROLAMO, M. C. **Gestão de desempenho em clusters e redes regionais de cooperação de pequenas e médias empresas: estudos de casos brasileiros e alemães e proposta de um modelo de análise.** 2007. 227 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Escola de Engenharia de São Carlos – Universidade de São Paulo, 2007.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. de. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. da. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos.** São Paulo: Saraiva, 2006. p.301-323.

GOMES, R. A análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 19 ed. Petrópolis, Editora Vozes, 2001. p.67-80.

HASTENREITER FILHO, H. N. As organizações de suporte e as redes interorganizacionais no Brasil – diagnóstico e propostas para os programas brasileiros de cooperação entre empresas. In: VERSCHOORE, J. R. S. (Org.). **Redes de cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: FEE, 2004. p.110-128.

IACONO, A.; NAGANO, M. S. Uma análise e reflexão sobre os principais instrumentos para o desenvolvimento sustentável dos arranjos produtivos locais no Brasil. **Revista Gestão Industrial.** Ponta Grossa, v.3, n.1, p.37-51, 2007. Disponível em: <<http://www.pg.cefetpr.br/ppgep/revista/revista2007/vol1/artigo/V3N1B4.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2008.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno estatístico**: município de Colombo. [S.l.: s.n.], 2009. p.1-29. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=83400&btOk=ok>>. Acesso em: 05 fev. 2009.

JENKINS, J. M.; HALL, C. M.; TROUGHTON, M. The restructuring of rural economies: rural tourism and recreation as a government response. In: BUTLER, R.; HALL, C. M.; JENKINS, J. M. (Eds.). **Tourism and recreation in rural areas**. Chichester – England. J. Wiley & Sons, 1999. p.43-67.

JOAQUIM, G. Turismo e mundo rural: que sustentabilidade? In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. (Coleção Turismo Contexto). p.35-45.

KATZINSKY, L. **A análise da relação Colombo e Curitiba à luz da teoria dos dois circuitos da economia urbana**. 2004. 109f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: EDU, 1980.

KREMER, A.; KOVALESKI, J. L. De uma rede de empresas a um arranjo produtivo local: o estudo da vocação do município de Ponta Grossa para o segmento de confecções. In: STAINSACK, C. *et al.* (Coord.). **Arranjos produtivos locais no Paraná: Concurso IEL – Paraná monografias sobre a relação universidade/empresa**. Curitiba: IEL, 2006. p.183-211.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, 1996. (Coleção Turismo).

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: quinta revisão**. Rede de Pesquisa em Sistemas

Produtivos e Inovativos Locais. [S.l.: s.n.], p.1-30. jun.2005. Disponível em: <<http://www.redesist.ie.ufrj.br/>> Acesso em 13 jan.2009.

LINS, H. N. Florianópolis: cluster turístico? **Turismo em Análise**. São Paulo, v. 11, n. 2, p.55-70, nov. 2000.

LOURES, R. da R. A força da cooperação. In: INSTITUTO EUVALDO LODI (PARANÁ) **Arranjos produtivos locais no Paraná**: concurso IEL – Paraná de monografias sobre a relação universidade/empresas. Curitiba: IEL, 2006. p.5-6.

MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

MALAFAIA, G. C.; MACIEL, A.C.; CAMARGO, M. E. Atitudes de coordenação de produtores rurais na cadeia da carne bovina: o caso do Cite 120. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30, 2006, Salvador. *Anais Eletrônicos...* Bahia: [s.n.], 2006. p.1-15. CD-ROM.

MAMBERTI, M. M. S.; BRAGA, R. Arranjos produtivos turísticos e desenvolvimento local. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL O DESENVOLVIMENTO LOCAL NA INTEGRAÇÃO: ESTRATÉGIAS, INSTITUIÇÕES E POLÍTICAS, 1, 2004, Rio Claro. *Anais Eletrônicos...* São Paulo: IGCE-UNESP, 2004. p.1-11. CD-ROM.

MARTINEZ, A. J. J. Aproximação à conceituação do turismo a partir da teoria geral de sistemas. In: TRIGO, L. G. G. (Ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005. p.109-147.

MINAYO, M. C. S. Ciência técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 19 ed. Petrópolis, Editora Vozes, 2001. p.9-29.

MORETTO NETO, L.; AGOSTINI, J. C. Caminhos do turismo integrado ao Lago de Itaipu: um processo em construção. In: MORETTO NETO, L.; AGOSTINI, J. C. (Orgs.). **Caminhos do turismo integrado ao Lago de Itaipu**: um exercício de cidadania para o desenvolvimento sustentado. Florianópolis: [s.n.], 2005. p.15-22.

NASCIMENTO, E. B. do.; BELTRÃO, I. de C. **Turismo sustentável na Região Metropolitana de Curitiba – Paraná**. Curitiba: UFPR/SAF-MDA, 2004. p.1-22  
Disponível em: < <http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/planurb11.pdf>>. Acesso em 22 jan. 2009.

NEGRÃO, M. D. de A. Oportunidades e desafios para o fortalecimento dos APLs no Paraná: uma análise dos processos de gestão em indústrias do APL de bonés – Apucarana. In: STAINSACK, C. *et al.* (Coord.). **Arranjos produtivos locais no Paraná: Concurso IEL – Paraná monografias sobre a relação universidade/empresa**. Curitiba: IEL, 2006. p.246-277.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PAIVA, T. dos S. **Redes de cooperação no cluster de restaurantes de Santa Felicidade**. 2007. 135f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Positivo, Curitiba, 2007.

PEARCE, D. G. Introdução: temas e abordagens. In: PEARCE, D. G.; BUTLER, R. W. (Orgs.). **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos**. Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo Contexto). p.11-23.

PETROCCHI, M. **Gestão de pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.

PINHAIS – REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA. **Mapa da Região Metropolitana de Curitiba**. Disponível em <<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=656452>>. Acesso em 21 jan. 2009.

PINHO, M.; CORTÊS, M. R.; FERNANDES, A. C. Redes de firmas, inovação e o desenvolvimento regional. In: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Instituto Euvaldo Lodi. (Org.). **O futuro da indústria: cadeias produtivas**. Brasília: MDIC/STI: IEL/NC, 2005. p.147-164.

POLÈSE, M. **Economia urbana e regional**: lógica espacial das transformações econômicas. Tradução de Henrique Soares de Albergaria e J. P. Barbosa de Melo. Coimbra: APDR, 1998.

PORTER, M. E. Aglomerados e competição: novas agendas para empresas, governos e instituições. In: PORTER, M. E. (Org.). **Competição = on competition**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p.209-303.

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento**: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri: Manole, 2003.

REBOLLEDO, J. L. S.; ARJONA, P. S. O.; IBARRA, R. C. Sistema mexicano de innovación y competitividad em la rama de recubrimientos cerâmicos. In: SEMINÁRIO LATINO IBEROAMERICANO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA ALTEC, 10, 2003, Cidade do México. *Anais Eletrônicos...* México: [s.n.], 2003. p.1-16. CD-ROM.

RIBEIRO, M. Planejamento turístico e desenvolvimento. In: VERDUM, R.; STROHAECKER, T. (Orgs.). **Desenvolvimento regional, turismo e educação ambiental**. Porto Alegre: Associação dos Geógrafos Brasileiros – Seção Porto Alegre, 2000. p.187-190.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil - ensaio de uma tipologia. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUCS, 2000. (Coleção Turis). p.51-67.

RODRIGUES JUNIOR, G. **Fatores condicionantes na formação de aglomerados no turismo**: um estudo na perspectiva dos empresários em região do litoral do nordeste do Brasil. 2004. 150f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Setor de Ciências Exatas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2004.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. **Turismo**: uma visão empresarial. Barueri: Manole, 2003.

SAMPAIO, C. A. C. **Desenvolvimento sustentável do turismo**: implicações de um novo estilo de desenvolvimento humano na atividade turística: uma introdução. Blumenau: Edifurb; Florianópolis: Bernúncia, 2004. (Coleção Meio Ambiente & Desenvolvimento Sustentável, n. 2).

SCHERER, F. O.; ZAWISLAK, P. A. Trajetória de crescimento em rede de cooperação: limites – inovação - desenvolvimento. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. *Anais Eletrônicos...* Rio de Janeiro: [s.n.], 2007. p.1-16. CD-ROM.

SCHNEIDER, S; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUCS, 2000. (Coleção Turis). p.15-50.

SEBEN, R.; SILVA, T. F. da. **Rede de cooperação entre pequenas empresas do setor turístico**. Campo Grande, 2002. Disponível em <[http://www.ba.agenciasebrae.com.br/download\\_anexo.kmf?cod=w8qgodnw47](http://www.ba.agenciasebrae.com.br/download_anexo.kmf?cod=w8qgodnw47)>. Acesso em 20 jan.2009. p.1-21.

SEBRAE-PR. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Paraná. **O Sebrae no Paraná**: quem somos/propósito. 2008. Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br>. Acesso em 19 dez.2008.

SETU. Secretaria de Estado do Turismo do Paraná. **Rotas e roteiros turísticos**. (2007). Disponível em: <<http://www.pr.gov.br/turismo/rotas.shtml?turistas>>. Acesso em 16 set. 2007.

\_\_\_\_\_. **Paraná**: dados gerais. (2008). 2p. Disponível em: <[http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/estat\\_parana\\_2008](http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/estat_parana_2008)>. Acesso em 20 jan.2009.

SIQUEIRA, J. P. L. de; TELLES, R. Clusters de negócios: estrutura regional como vocação para competitividade global. **Revista da ESPM**, São Paulo, v. 13, ano 12, ed. 4, p.26-34, jul/ago. 2006.

SILVA, A. J. da.; RAVAROTO, N. M. Turismo rural: geração de trabalho e renda economicamente sustentável e viável. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 20, 2007, Ponta Grossa. *Anais Eletrônicos...* Paraná: [s.n.], 2007. p.1-8. CD-ROM.

SILVA, J. A. S. Cluster: competitividade territorial e o desenvolvimento turístico. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 8, 2006, Curitiba. *Anais Eletrônicos*. Centro Universitário Positivo: [s.n.], 2006. CD-ROM. Paginação Irregular.

\_\_\_\_\_. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano regional baseada em cluster.** 2004. 480f. v.1. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SILVA, S. B. de M. e. Turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; LIMA, L. C. (Orgs.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental.** Fortaleza: EDUECE, 2003. p.19-25.

SILVA, T. F. da. Rede de cooperação entre pequenas empresas do setor turístico. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.** Tenerife - Espanha, v.2, n.2, p.267-279, 2004. Disponível em: <<http://www.pasosonline.org>>. Acesso em: 23 mai. 2008.

SOUZA, M. J. L. de. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, A. A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local.** 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 17-22.

SOUZA, N. de J. de. **Desenvolvimento econômico.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 4. ed. São Paulo: atlas, 1999.

STACKE, R. R. N. **A transferência de conhecimento em empresas aglomeradas territorialmente como fonte de competitividade, Urubici SC.** 2008. 153f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2008.



STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005. p.51-61.

TÁLAMO, J. R. **Formação e gestão de redes de cooperação empresarial**. 2008. 233f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Setor de Ciências Exatas, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

THOMAZI, S. M. **Cluster de turismo**: introdução ao estudo de arranjo produtivo. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

TRIBE, J. **Economía del ocio y el turismo**. Tradução de Pablo Bustelo Gómez. 2 ed. Madri: Sintesis, 2000.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VERSCHOORE, J. R. de S. Redes de cooperação: concepções teóricas e verificações empíricas. In: VERSCHOORE, J. R. S. (Org.). **Redes de cooperação**: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: FEE, 2004. p.15-46.

\_\_\_\_\_. ; BALESTRIN, A. Fatores competitivos das empresas em redes de cooperação. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30, 2006, Salvador. *Anais Eletrônicos...* Bahia: [s.n.], 2006. p.1-16. CD-ROM.

VERSCHOORE FILHO, J. R. de S. O programa redes de cooperação: uma análise dos instrumentos de administração pública para o desenvolvimento sócio-econômico. In: Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, 8, 2003, Panamá. *Anais Eletrônicos...* Panamá: [s.n.]. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0047518.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2008.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: editora FGV, 2004. p.13-28.

WILHELM, P. P. H.; ZUANAZZI, J. Aglomerado da agroindústria do oeste de Santa Catarina: perspectivas de transformação num cluster. In: WILHELM; P. P. H.; AMAL, M. (Orgs.). **Arranjos produtivos locais: estratégias de cooperação e desenvolvimento**. Blumenau: Nova Letra, 2005. p.19-57.

WOITCHUNAS, L. F.; SAUSEN, J. O. Fatores críticos de sucesso no processo de formação, desenvolvimento e manutenção de Redes de cooperação e suas relações com o desenvolvimento local e regional. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. *Anais Eletrônicos...* Distrito Federal: [s.n.], 2005. p.1-16. CD-ROM.

WOLFE, M. **Desenvolvimento: para que e para quem: indagações sobre política social e realidade político-social**. Tradução de João Maia. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

**LISTA DE APÊNDICES**

APÊNDICE A -	Declaração para Realização das Entrevistas com os Atores Sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural – Colombo-PR .....	195
APÊNDICE B -	Roteiro de Entrevistas com os Atores Sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural.....	196
APÊNDICE C-	Relação dos Participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural.....	199

**APÊNDICE A – Declaração para Realização das Entrevistas com os Atores Sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural – Colombo-PR**



Curitiba, 24 de novembro de 2008.

Ofício nº 01/2008

Prezados Entrevistados

Solicitamos, apoio para a coleta de dados da mestranda Adriana Czajkowski, RG 6.120.687-6 SSP/PR vinculada ao Programa de Mestrado em Administração, da Universidade Positivo, que desenvolve a pesquisa sobre Redes de Cooperação e Desenvolvimento do Turismo Local: um estudo de caso no Circuito Italiano de Turismo Rural.

Atenciosamente,

Prof.ª Dr.ª Sieglinde Kindl da Cunha

Orientadora

Circuito Italiano de Turismo Rural  
Município de Colombo - PR

## APÊNDICE B – Roteiro de Entrevistas com os Atores Sociais inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural



**Universidade Positivo**  
Programa de Mestrado e Doutorado em  
Administração

### ROTEIRO DE ENTREVISTAS

**DISSERTAÇÃO:** REDES DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO LOCAL: UM ESTUDO DE CASO NO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL – MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR

#### DADOS DO ENTREVISTADO

**1) Categoria do Ator Social:**

( ) Poder Público    ( ) Poder Privado    ( ) Entidade (Organização de Apoio)

**2) Identificação do Ator Social do Turismo:**

**a) Organização:** \_\_\_\_\_

**b) Segmento:** \_\_\_\_\_

**c) Principais Atividades Desenvolvidas:** \_\_\_\_\_

**c) Nome do Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**d) Cargo do Entrevistado:** \_\_\_\_\_

- 1) Quando a organização se integrou ao Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 2) Como ocorreu a inserção da organização no Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 3) A escolha pela inserção da sua organização no Circuito Italiano de Turismo Rural baseou-se em algum tipo de dado ou pesquisa prévia? Quais foram os objetivos que levaram a integração da sua organização no Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 4) Quais foram os principais benefícios adquiridos pela organização após a inserção no Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 5) Quais foram as principais dificuldades enfrentadas pela organização após a inserção no Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 6) Como ocorre a organização do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo?
- 7) Quem coordena o Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo?
- 8) Como você avalia o desempenho da coordenação e organização do Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 9) Como são tomadas as decisões à respeito do Circuito Italiano de Turismo Rural?

- 10) Qual é o papel da sua organização no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo?
- 11) Descreva como é o seu relacionamento com as demais organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural.
- 12) A sua organização é membro de algum outro grupo ou associação ligada ao desenvolvimento do turismo no município de Colombo-PR? Este tipo de associação traz algum benefício à sua organização?
- 13) Quais são as ações cooperadas que sua organização desenvolve com as demais instituições do Circuito Italiano visando o desenvolvimento do turismo na região?
- 14) Existem acordos de cooperação entre as organizações pertencentes ao Circuito Italiano de Turismo Rural em relação:
- a) Aos fornecedores?
    - a.1) Ao estabelecimento de vínculos com fornecedores de infra-estrutura (transporte, saneamentos, energia, dados, logística)?
    - a.2) Atração de novos fornecedores?
  - b) Ao treinamento da mão-de-obra?
  - c) À melhoria da infra-estrutura turística?
  - d) À melhoria da qualidade do serviço turístico?
  - e) À promoção e divulgação do Circuito Italiano de Turismo Rural?
  - f) À melhoria das condições de vida da população local?
  - g) À introdução de inovações?
  - h) À conscientização ambiental?
  - i) À preservação e melhoria do produto turístico?
  - j) A cooperação com outros setores de apoio como empresas de transporte, agências divulgadoras, hotéis e empresas terceirizadas?
- 15) Como você avalia a cooperação entre os atores do Circuito Italiano de Turismo Rural desde o início do Circuito até os dias de hoje?
- 16) Existem reuniões periódicas entre os atores para discussão dos assuntos relacionados ao Circuito Italiano de Turismo Rural e ao desenvolvimento do turismo na região? Quando e Como elas ocorrem? Você participa dessas reuniões?
- 17) Existe algum sistema integrado de informações e um acompanhamento periódico dos dados à respeito do desenvolvimento do turismo no Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 18) Como você avalia o papel do poder público em prol do desenvolvimento do turismo local? Existem políticas de controle da poluição ambiental e de fomento do Circuito Italiano de Turismo Rural?
- 19) Você acredita que existe alguma barreira para a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano de Turismo Rural? O que deveria ser feito para eliminar esta barreira?
- 20) Você acredita que a cooperação entre os atores inseridos no Circuito Italiano influenciou o desenvolvimento do turismo em Colombo? Comente os principais resultados em relação ao desenvolvimento social, econômico e ambiental do município.
- Indicadores para análise:
- a) Geração de empregos relacionados ao turismo (diretos e indiretos).
  - b) Renda proveniente do turismo.

- c) Estímulo ao empresariado local para novos investimentos no setor e em empreendimentos turísticos e de lazer locais.
- d) Incentivo às atividades econômicas locais já existentes.
- e) Infra-estrutura, instalações e serviços destinados à população local.
- f) Investimentos sociais os quais atendem à comunidade residente e foram financiados, em parte pelo turismo.
- g) Taxa de alfabetização e acesso a educação por parte da comunidade residente.
- h) Conservação do patrimônio cultural.
- i) Formação de associações.
- j) Orgulho da população em relação a sua cultura e relacionamentos da mesma com os visitantes.
- k) Conservação dos recursos naturais.
- l) Existência de projetos que incentivam a educação ambiental dos residentes e turistas.

21) Na sua opinião, existe alguma situação que precisa ser melhorada no Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo visando o desenvolvimento do turismo local? Justifique.

## APÊNDICE C – Relação dos Participantes do Circuito Italiano de Turismo Rural

### a) Atrativos Turísticos

Quadro 14 Atrativos Turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural

ATRATIVO TURÍSTICO	CARACTERÍSTICAS
<b>Parque Municipal Gruta do Bacaetava</b>	Abriga um acervo vivo de mata nativa da região e também a Gruta do Bacaetava. O parque foi criado em maio de 2000 e seus principais objetivos visam a conservação, preservação e recuperação do meio ambiente. As visitas são monitoradas por guias (Cf. Figura 12).
<b>Parque Municipal da Uva</b>	Considerado um espaço para lazer, o local oferece trilhas, quadra poliesportiva, tanque para pesca e playground. No parque são realizadas as principais festas do município, com destaque a Festa da Uva (Cf. Figura13) e Festa do Vinho. Vale ressaltar que o parque abriga o Museu Municipal Cristóforo Colombo (Cf. Figura 14).
<b>Praça Nossa Senhora do Rosário</b>	Localiza-se no centro da sede do município, onde se destacam dois marcos, o primeiro dedicado à imigração e riquezas histórico-culturais e o segundo dedicado às riquezas naturais.
<b>Embrapa Florestas</b>	Instalada em um antigo casarão (onde funcionava um moinho de trigo), oferece passeios em trilhas ecológicas com o acompanhamento de monitores.
<b>Casa da Cultura</b>	Instalada na antiga sede da Câmara Municipal, sua arquitetura apresenta traços das tradições deixadas pelos imigrantes italianos que chegaram ao Brasil no início do século XX. Na Casa da Cultura estão os profissionais responsáveis pelo Departamento de Cultura do Município (Cf. Anexo B).
<b>Igreja Nossa Senhora do Rosário</b>	Considerada Igreja Matriz da cidade, localiza-se na sede do município. Sua construção ocorreu em 1899 e é uma réplica de uma Igreja de Vicenza, no norte da Itália.
<b>Igreja do Capivari (Caravaggio)</b>	Sua construção, em madeira, teve início em 1888. Porém sua conclusão só ocorreu em 1931. Guarda a imagem de Nossa Senhora de Caravaggio, vinda da Itália e considerada padroeira dos imigrantes italianos.
<b>Igreja da Colônia Faria</b>	Localizada na comunidade com o mesmo nome, a Igreja teve sua construção iniciada em 1924 e foi inaugurada em 1926.
<b>Igreja da Roseira</b>	Suas características arquitetônicas representam a cultura italiana. Sua capela (Nossa Senhora da Luz) foi construída em 1946. Situa-se na comunidade de Roseira.
<b>Igreja Santa Gema</b>	A atual capela foi construída em 1956 e sua padroeira é a Santa Gema Galgani.
<b>Igreja do Bacaetava</b>	Construída em 1965, a Igreja possui arquitetura moderna, servindo de inspiração para o portal símbolo do Circuito Italiano de Turismo Rural (Cf. Figura 15).
<b>Igreja do Ribeirão das Onças</b>	Localiza-se no bairro de mesmo nome. A primeira capela foi construída em 1885, sendo substituída pela atual igreja em 1956. Os fiéis cultuam Santo Antônio Abad e Nossa senhora Aparecida.
<b>Igreja do Guaraituba / Santa Terezinha</b>	A primeira capela foi construída em 1968, dedicando-se a Santa Terezinha do Menino Jesus. A atual paróquia foi criada em 1974.
<b>Igreja do São Gabriel</b>	Possui arquitetura tipicamente italiana e foi construída em 1944. Destaca-se a torre de sinos separada da capela.
<b>Igreja do Atuba</b>	Localizada na comunidade com o mesmo nome.
<b>Igreja do Poço Negro</b>	A primeira capela foi construída em 1911 e a atual capela foi erguida em 1977 através dos membros da comunidade local.

FONTE: Camargo (2007); Candiotto (2007); Cassou (2002), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008).

NOTA: As informações foram complementadas com os dados obtidos através das entrevistas com os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural (2008).



## b) Imagens dos Atrativos Turísticos

Figura 12 Interior do Parque Municipal Gruta do Bacaetava



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

Figura 13 Parque Municipal da Uva – 45º Festa da Uva de Colombo



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

Figura 14 Museu Municipal Cristoforo Colombo



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

Figura 15 Igreja do Bacaetava



FONTE: CZAJKOWSKI, 2008.

### c) Empreendimentos Turísticos

Quadro 15 Empreendimentos Turísticos do Circuito Italiano de Turismo Rural

EMPREENDIMENTO TURÍSTICO	CARACTERÍSTICAS
<b>VINÍCOLAS</b>	
<b>Vinícola Pedrinho Strapasson</b>	O cultivo de uvas e a produção de vinhos ocorrem há mais de 60 anos. A propriedade pertence a agricultores familiares e está localizada na Comunidade de Sapopema. Seu atual proprietário é descendente de italianos. No local são comercializados vinhos, sucos, doces e conservas. Caracteriza-se pela produção do vinho de forma artesanal.
<b>Vinícola e Restaurante Pasárgada</b>	O empreendimento é composto pelo restaurante rural e pela vinícola, e foram abertos à visitação antes da criação do Circuito Italiano de Turismo Rural. Situa-se na Comunidade São João.
<b>Vinícola Franco Italiano</b>	Localiza-se na comunidade de Jardim Georgina e também é considerada propriedade de agricultura familiar. Oferece aos visitantes a degustação e comercialização de vinhos, sucos, conservas e frios.
<b>Vinícola Odilon Cavalli</b>	A propriedade pertence a agricultores familiares descendentes de italianos. Localiza-se na Comunidade de Sapopema e oferecem aos visitantes a degustação e comercialização de vinhos.
<b>Vinícola Dirceu Cavalli</b>	A propriedade é de agricultores familiares e situa-se na comunidade de Sapopema. A produção do vinho é artesanal e a comercialização já era realizada antes da entrada no Circuito Italiano de Turismo Rural.
<b>Vinícola José Secon</b>	Localiza-se na comunidade Santa Gema, ao lado da Igreja Santa Gema. A vinícola produz e comercializa o vinho desde a década de 1970, isto é, o local já atendia os seus clientes antes do Circuito Italiano de Turismo Rural, sendo a propriedade de agricultores familiares.
<b>Paladar Queijos e Vinhos</b>	Situa-se no Centro de Colombo e oferece aos visitantes produtos coloniais, artesanato, queijos e vinhos.
<b>RESTAURANTES</b>	
<b>Bosque Italiano Restaurante Rural</b>	Localiza-se na Rodovia da Uva e seus pratos são preparados em fogão à lenha. O restaurante também possui estrutura para lazer (com campo de futebol) e uma loja para venda de produtos artesanais.
<b>Ristorante Piatto Nobile</b>	É o único restaurante do Circuito Italiano de Turismo Rural localizado no centro do município. Oferece os serviços de rodízio de carnes e buffet (pratos quentes e frios).
<b>Casa Nostra Café Colonial</b>	Comercializa o café colonial e refeições (almoço e jantar). Situa-se na Comunidade Roça Grande.
<b>Ristorante Grande Famiglia</b>	Serve refeições diariamente, destacando a comida típica italiana. O empreendimento também oferece parque infantil, lagos para pesca infanto-juvenil, serviços de bar e

	petiscaria e salão para festas, eventos e reuniões. O restaurante encontra-se na Comunidade Roça Grande.
<b>Restaurante e Churrascaria Bela Vista</b>	Encontra-se na Comunidade Vila Luis Barão, anexo ao Hotel Bela Vista.
<b>Mundo Mel “Espaço Rural”</b>	O empreendimento presta serviços na área de lazer (bosque para caminhada, campo de futebol, vôlei e passeios a cavalo). Ainda oferece o aluguel de sua estrutura para realização de eventos sociais. No salão e quiosque servem-se as refeições e também comercializam-se queijos, geléias e doces caseiros. O Mundo Mel “Espaço Rural” situa-se na Comunidade Roseira e destaca-se por também oferecer serviço de hotel para cães.
<b>Cantina Nonna Antonia</b>	Considerado um restaurante colonial, a Cantina Nonna Antonia situa-se na Comunidade Roseira, numa casa de descendentes de italianos. O cardápio é típico italiano e o empreendimento oferece colhe e pague e área para lazer.
<b>CHÁCARAS</b>	
<b>Chácara Engenho Verde</b>	Tem como atrativo principal o cultivo de morangos orgânicos. Além disso, existe a comercialização de sucos e licores de morango. O empreendimento situa-se na Comunidade Santa Gema.
<b>Sítio Mãe Terra</b>	O empreendimento localiza-se na Comunidade Imbuial e se destaca pela produção agrícola orgânica, venda de hortaliças orgânicas, sucos, vinhos e geléias, além do colhe e pague, ou seja, os visitantes podem colher as verduras e legumes diretamente da horta.
<b>Café Colonial É da Pam</b>	A propriedade situa-se na Estrada da Ribeira, mais especificamente na Comunidade Imbuial, oferecendo aos visitantes o café colonial, comercializando também morangos orgânicos e derivados.
<b>Chácara Morango Natural</b>	Caracteriza-se pelo cultivo de produtos orgânicos, destacando-se o morango. Situa-se na Comunidade Santa Gema, comercializando hortaliças e morango orgânicos, sucos e licor de morango. A propriedade é de agricultores familiares e a abertura para visitação teve início após a inserção da propriedade no Circuito Italiano de Turismo Rural.
<b>RSR Chinchilas</b>	O empreendimento dedica-se à criação de chinchilas e localiza-se na Comunidade Itajacuru. Presta serviço de venda de chinchilas, assessoria para a implantação de novas criações, avaliação de plantéis já existentes, cursos e palestra, explanação sobre a criação, manejo e comercialização de peles para exportação.
<b>Parque de Eventos Sítio do Caqui</b>	Situa-se na Comunidade Roça Grande e destina-se a grandes eventos, oferecendo bosque com trilhas, áreas de recreação e esportes.
<b>Moinho Artesanal</b>	Considerado um empreendimento simples, o Moinho Artesanal localiza-se na Comunidade Bacaetava, próximo ao Pesque-Pague Gasparin e Filhos. Oferece serviços de venda de fubá e quirera, permitindo ao visitante observar o processamento artesanal do milho.
<b>Artplant</b>	Venda de mudas de hortaliças e flores.
<b>HOTÉIS E Pousadas</b>	
<b>Pousada Sítio da Alegria</b>	O empreendimento tem como foco os serviços de hospedagem, lazer e alimentação. A pousada, situada no município de Campina Grande do Sul, é anterior ao Circuito Italiano de Turismo Rural e trabalham com visitas agendadas.
<b>Chácara Vale dos Sonhos</b>	Localiza-se na Comunidade Bacaetava e oferece serviços de hospedagem lazer e eventos.
<b>Hotel Estância Betânia</b>	Presta serviços de hospedagem, eventos e lazer, pertencendo a Irmandade Evangélica Betânia.
<b>Hotel Bela Vista</b>	Oferece serviço de hospedagem e situa-se na Comunidade Vila Luis Barão, anexo ao Restaurante e Churrascaria Bela Vista.
<b>Estância Roseira</b>	O empreendimento localiza-se na Comunidade Roseira e presta serviços de lazer e hospedagem, oferecendo também sala para eventos.
<b>PESQUE-PAGUE</b>	
<b>Pesque-Pague Recanto Morro das Pedras</b>	Localiza-se na Comunidade Santa Gema, oferecendo serviços de lazer com destaque aos tanques para pesca, campo de futebol, churrasqueira, bosque e lanchonete.
<b>Pesque-Pague Gasparin e Filhos</b>	O empreendimento situa-se na Comunidade de Bacaetava, especificamente em frente à Igreja do Bacaetava. O visitante pode participar de duas atividades: pesque-pague e colhe-pague de legumes e verduras orgânicos. Vale ressaltar que o pesque-pague é anterior à entrada do empreendimento no Circuito Italiano de Turismo Rural. Já o colhe-pague entrou em funcionamento após a inserção do empreendimento no

	roteiro. A propriedade também oferece área de lazer com campo de futebol, playground e almoço aos finais de semana.
<b>Pesque-Pague Sítio das Palmeiras</b>	O local possui ampla estrutura de lazer com tanques para pesca, piscinas, parque aquático, churrasqueiras, restaurante e bar. O empreendimento localiza-se na Comunidade Colônia Faria e foi inaugurado antes da criação do Circuito Italiano de Turismo Rural.

FONTE: Camargo (2007); Candiotto (2007); Cassou (2002), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008).

NOTA: As informações foram complementadas com os dados obtidos através das entrevistas com os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural (2008).

#### d) Empreendimentos que apenas comercializam

##### Quadro 16 Empreendimentos que apenas comercializam

EMPREENDIMENTO	CARACTERÍSTICAS
<b>Chácara Gueno</b>	Desenvolve o artesanato em palmeira.
<b>Da Cantina</b>	Comercializa conservas, geléias e suco de uva.
<b>Darcísio Klein</b>	Comercializa derivados e embutidos da carne suína.

FONTE: Camargo (2007); Candiotto (2007); Cassou (2002), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008).

NOTA: As informações foram complementadas com os dados obtidos através das entrevistas com os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural (2008).

#### e) Outros Participantes

##### Quadro 17 Outros Participantes

EMPREENDIMENTO	CARACTERÍSTICAS
<b>Posto de Informações Turísticas</b>	Oferece informações, <i>folders</i> e folhetos do Circuito Italiano de Turismo Rural aos turistas. No local os turistas podem agendar visitas às propriedades com os guias credenciados pelo Ministério do Turismo.
<b>Secretaria Municipal de Turismo</b>	Atua na organização e desenvolvimento do turismo local.
<b>EMATER - Colombo</b>	Oferece o serviço de informações turísticas.

FONTE: Camargo (2007); Candiotto (2007); Cassou (2002), Secretaria Municipal de Turismo de Colombo (2008).

NOTA: As informações foram complementadas com os dados obtidos através das entrevistas com os atores sociais do Circuito Italiano de Turismo Rural (2008).

**LISTA DE ANEXOS**

ANEXO A - Informações sobre Colombo e Circuito Italiano de Turismo Rural fornecidas pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo, em 2008.....	205
ANEXO B - Histórico do Prédio do Departamento de Cultura – Casa da Cultura .....	207

## **ANEXO A - Informações sobre Colombo e Circuito Italiano de Turismo Rural fornecidas pela Secretaria Municipal de Turismo de Colombo em 2008**



### **COLOMBO**

O município está localizado na região metropolitana, ao lado norte de Curitiba com uma área de 198,7 km<sup>2</sup>, com uma população de 240 mil habitantes, destacando-se como a 8ª cidade do Paraná, com uma média de 700 famílias que produzem 98 milhões/kg de hortaliças por ano, sendo o maior produtor de hortaliças da Região Metropolitana de Curitiba; maior produtor de mudas de hortaliças e flores do sul do Brasil. Colombo é o Polo da Agricultura Orgânica do Paraná.

Situa-se em um privilegiado entroncamento rodoviário, com fácil acesso aos estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo.

Colombo apresenta um clima subtropical úmido, seu verão é ameno e o inverno moderado com alguns dias mais rigorosos.

De maneira geral sua região apresenta uma topografia relativamente ondulada. A geologia é bastante complexa, encontrando-se rochas de diferentes formações e períodos.

### **CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL**

A implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural, deu-se no dia 05 de fevereiro de 1999, na região de Colombo, apresenta como objetivos a preservação do meio ambiente, geração de empregos e renda no meio rural, iniciando assim um processo de desenvolvimento através de ações de comercialização de bens e serviços na pequena propriedade, evitando o êxodo rural.

Atualmente o Circuito conta com a participação de 52 empreendimentos, o que o torna bastante diversificado e com ótimas opções de visita. Estes empreendedores são identificados por meio de uma placa indicativa (totem) que funciona como um selo de participação, tornando-se assim a marca principal do Circuito.

O Circuito Italiano de Turismo Rural é um projeto pioneiro no Estado e vem sendo desenvolvido pela Prefeitura Municipal de Colombo através da Secretaria Municipal Turismo em parceria com COMEC(Coordenadoria da Região Metropolitana de Curitiba); EMATER(Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural, Paraná Turismo e Eco Paraná. Oferece uma forma de lazer inovadora, permitindo que os visitantes conheçam lugares históricos que contam a trajetória dos imigrantes italianos que chegaram ao Paraná em 1878 e formaram Colombo, a maior colônia italiana do Estado.



O Circuito Italiano de Turismo Rural , passa pela sede do município e pelas comunidades rurais de São João, Ribeirão das Onças, Capivari, Sapopema, Fervida, Santa Gema, Roseira, Colônia Faria, Prado, Itajacuru, Campestre e Bacaetava.

O visitante pode contemplar as belezas naturais como o Parque Municipal Gruta do Bacaetava que conta com uma infra-estrutura de sanitários, centro de visitantes, guias que acompanham os grupos no interior da gruta para contemplar e conhecer as estalactites e estalagmites, churrasqueiras e futuramente trilhas ecológicas. O Parque municipal da Uva, onde encontra-se as Secretarias Municipais de Turismo, Agricultura, Meio Ambiente e Abastecimento. É uma ótima opção de Lazer. Possui churrasqueiras, trilhas, parquinhos e lago.

Os diversos produtores orgânicos oferecem a qualidade de seus produtos, cultivados sem agrotóxicos e sem adubação química; muitas destas propriedades comercializam também conservas artesanais, embutidos, pães caseiros, bolachas caseiras, hortaliças, olerícolas, etc.

Os produtores de flores caracterizam-se pela diversificação, com o cultivos das mais variadas espécies como orquídeas e bromélias, além da produção de vasos, flores para corte e caixetas.

Os atrativos histórico-culturais têm grande importância, como a Embrapa, com sua sede em um belo casario do início do século, dispõe de um arboreto e trilhas ecológicas, o Moinho que trabalha o beneficiamento do milho, preservando as características de transformação artesanal e a Casa da Cultura, importante ponto de informações históricas. A presença de um grande número de Igrejas no Circuito demonstra a religiosidade do povo que, vem preservando estes atrativos com o passar dos anos, entre elas estão: Igreja Nossa Senhora do Rosário, Igreja da Roseira, Igreja de Nossa Senhora do Caravaggio (do Capivari), Igreja do Bacaetava que através de sua arquitetura serviu de modelo para o totem, Igreja de Santa Gema, Igreja do Ribeirão das Onças e Igreja de São Gabriel.

Além destes pontos de visitaç o, tem-se ainda pesque-pagues, vinícolas, hotéis e pousada de lazer e eventos além de restaurantes, com comida típica como o risoto colombense.

Os visitantes poderão desfrutar de atividades de lazer como a pesca, passeios a cavalo, caminhadas e conhecer as peculiaridades da região, os costumes da população rural, experimentar diversos produtos direto da colônia como: vinhos, queijos, sucos, salames, hortaliças e conservas etc.

**ANEXO B – Histórico do Prédio do Departamento de Cultura – Casa da Cultura****SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTE  
DEPARTAMENTO DE CULTURA**Histórico do Prédio do Departamento de Cultura

Este edifício em alvenaria foi construído em 1928, na administração do Prefeito Carlos Fontoura Falavinha, com aproximadamente 350 metros<sup>2</sup>, quatro salas no piso inferior e 2 salas no piso superior/sotão. Funcionou por 55 anos como Câmara e Prefeitura Municipal.

A partir do ano de 1983, devido a construção do Paço Municipal, passou a abrigar a Biblioteca Municipal, o Arquivo da Prefeitura e ainda a Câmara Municipal. Após 5 anos, com a construção de um novo espaço para abrigar a Câmara Municipal, no edifício passou a funcionar como Agência do Banco Banestado, o Arquivo da Prefeitura e a Casa da Cultura. Atualmente funciona o Departamento de Cultura, que desenvolve as questões culturais do Município, tais como: Encenação da Paixão de Cristo no Bosque da Uva, Festas da Uva e do Vinho, Festival de Teatro de Colombo - FETECO, Mostra de Dança, Projeto Cinema para todos, Projeto Fazendo Arte nas Escolas, Museu Municipal, Bibliotecas Municipais entre outros.



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)