

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE

Campus - Irati

Setor de Ciências Sociais e Aplicadas (SESA/I)

Departamento de Turismo - DETUR

SÂMELA CRISTINA ROCETIM

TURISMO NA COLÔNIA WITMARSUM – PALMEIRA PR:

Estudo de caso sobre a situação atual da atividade turística

IRATI – PR

2013

SÂMELA CRISTINA ROCETIM

TURISMO NA COLÔNIA WITMARSUM – PALMEIRA PR:
Estudo de caso sobre a situação atual da atividade turística

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Centro Oeste - UNICENTRO.

Orientador: Profº Me. Joécio Gonçalves Soares

IRATI – PR
2013

Dedico esta monografia à Deus, que me deu forças e saúde para chegar até aqui. Aos familiares, amigos e professores, que sempre me apoiaram com palavras de incentivo, e principalmente à minha mãe, que sempre acreditou em mim, e me deu forças para concluir esta etapa da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço à Deus, que quando me senti perdida, desacreditada e sem esperança, foi a fé em Deus que me fez continuar, me proporcionou saúde e força para não desistir do meu sonho.

Aos meus pais, que sempre me trataram com muito amor e carinho, me mostrando sempre o caminho do bem, me dando forças para não desistir dos meus objetivos.

Aos professores do Departamento de Turismo, que foram essenciais na minha vida acadêmica, me prepararam com dedicação e paciência para que eu atue nessa profissão com muita dedicação e profissionalismo.

Ao Professor Me. Joélcio Gonçalves Soares, meu orientador, que sempre esteve ao meu lado me estimulando e orientando ao longo deste ano, tendo sempre muita compreensão e me dando todo apoio sem medir esforços.

À Professora Dra. Poliana Fabíula Cardozo, por seu esforço e dedicação, por me auxiliar com seu profissionalismo, sempre contribuindo com a qualidade do meu trabalho.

Ao Professor Me. Pedro Henrique Sanches, por suas sugestões e contribuições para melhoria do meu trabalho.

Ao meu namorado e amigos, pelo companheirismo e principalmente paciência, em todos os momentos, me auxiliando com palavras de incentivo para que não desistisse nos meus momentos de fraqueza.

Agradeço a todos que contribuíram para que eu concluísse com êxito este passo da minha vida, e digo ainda que este não é o fim, é apenas o começo, aonde vou me dedicar com muito amor nesta profissão maravilhosa que é o Turismo.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	V
RESUMO	VI
RESUMEN	VI
INTRODUÇÃO	1
1 OBJETIVOS	2
1.1 GERAL	2
1.2 ESPECÍFICOS	2
2 METODOLOGIA	3
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
3.1 CONCEITOS, DEFINIÇÕES E SEGMENTOS DE TURISMO	4
3.2 TURISMO NO MEIO RURAL	6
3.3 TURISMO CULTURAL	9
3.4 TURISMO GASTRONÔMICO	12
4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	16
5 SITUAÇÃO ATUAL DA ATIVIDADE TURÍSTICA – COLÔNIA WITMARSUM	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	32
APÊNDICE	34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Animais nos campos	16
Figura 2: Eisben (Joelho de porco)	18
Figura 3: Kartoffeln (Batata frita alemã)	18
Figura 4: Além do asfalto bem estruturado, a sinalização de placas é evidente Para os visitantes	18
Figura 5: Paisagem da Colônia Witmarsym – Palmeira/PR	19
Figura 6: Placa da Confeitaria em um tamanho visível para os turistas	20
Figura 7: Apfestrudel, torta alemã de maçã	20
Figura 8: Placas das Estrias Glaciais de Witmarsum	20
Figura 9: Acesso dentro da Colônia	21
Figura 10: O Sr. Phillipsen conta toda a história da Colônia para os visitantes do museu.....	25

RESUMO

Este trabalho tem como tema Turismo na Colônia Witmarsum – Palmeira/PR, se tratando de um estudo de caso. Teve como objetivo geral apresentar a situação atual da atividade turística na Colônia Witmarsum, que fica situada no município de Palmeira/PR. E como objetivos específicos: compreender a gênese da Colônia, envolvendo aspectos referentes a sua organização interna e suas atividades econômicas; entender os movimentos referentes ao trabalho com o turismo na Colônia; e estudar quais as mudanças que ocorreram na Colônia a partir da entrada da atividade turística. E para isto, foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica, a campo e através de entrevistas, sendo esta pesquisa de caráter qualitativa. A situação atual da atividade turística dentro da Colônia Witmarsum é de um positivo crescimento, e o que se apreende é que o turismo e a Colônia estão entrelaçados, caminhando juntos de forma gradativa.

Palavras-chave: Atividade turística, Colônia Witmarsum, organização interna, atividades econômicas.

RESUMEN

Este trabajo se trata de un estudio de caso que presenta como tema principal el tema en la Colonia Witmarsum en la ciudad de Palmeira en el estado Paraná. Tuvo como objetivo general presentar la actual situación de la actividad turística en la Colonia Witmarsum, la cual queda ubicada en la ciudad de Palmeira, en el estado de Paraná. Como objetivos específicos se pretendió comprender la génesis del local, involucrando aspectos referentes a su organización interna y sus actividades económicas; entender los movimientos referentes al trabajo con el turismo en la colonia; estudiar cuales fueron los cambios ocurridos en el local estudiado a partir del ingreso de la actividad turística. Para ello, fue utilizada como metodología la investigación bibliográfica y de campo a través de entrevistas, siendo esta investigación de carácter cualitativa. La actual situación de la actividad turística adentro de la Colonia Witmarsum es de positivo crecimiento y lo que se puede percibir es que el turismo y la Colonia están entrelazados, caminando juntos de manera gradativa.

Palabras-clave: Actividad turística, Colônia Witmarsum, organización interna, actividades económicas.

INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso que aqui se apresenta, versa sobre a Colônia menonita de Witmarsum, que está situada na área rural do município de Palmeira-PR¹.

A Colônia Witmarsum está ligada a um movimento de reemigração de alemães, que vieram da Rússia, após uma passagem pela Alemanha desembarcaram nos portos brasileiros em 1930, comenta Siemens (2010, p.36).

Essas famílias que vieram ao Brasil foram para Santa Catarina, porém a maioria não se adaptou ao clima e ao relevo, o que acabou ocasionando a vinda deles para Palmeira/PR. Já que o relevo da região dos campos gerais é plano e se parece mais com as características que eles estão habituados.

Assim, se forma a Colônia Witmarsum em 1951, na ex fazenda Cancela, na área do município de Palmeira, por famílias menonitas da antiga Colônia e atual município de Witmarsum, em Santa Catarina, como explica Siemens (2010, p.155).

No início quando estas famílias chegaram, trabalhavam com o ramo de laticínios, que com o passar do tempo foi se consolidando e as atividades de agricultura de milho e soja, que traziam renda para Colônia, continua Simens (2010, p.156).

Com o passar dos anos, perceberam que poderiam ter uma alternativa de fonte de renda, que através ao incentivo do programa de turismo cooperativo, se iniciou o trabalho com o turismo na Colônia.

Janzen (2005, p.90),

O programa de turismo cooperativo iniciou no ano de 2002 e a idéia veio do SESCOOP e da OCEPAR em começar com o turismo rural nas cooperativas que tinham vínculo com essas entidades, com o intuito de acrescentar uma fonte de renda alternativa aos agropecuaristas.

Ainda a OCEPAR investiu em curso de capacitação para os moradores, estes que tinham algum interesse em trabalhar com turismo, foi um curso de dois anos

¹ A cidade de Palmeira esta localizada na região dos Campos Gerais, a uma distância de 60 km de Curitiba, capital do estado.

que deu um impulso para trabalhar com a atividade turística dentro da Colônia Witmarsum, afirma Hamm (2013).

Desde então o turismo vem crescendo, pois os proprietários dos estabelecimentos investiram no turismo e notaram que a atividade turística poderia gerar uma fonte de renda extra para suas famílias. Sem contar que é um trabalho organizado e tranquilo, o que já causa um impacto positivo dentro da Colônia, afirma Hamm (2013).

Para compreender como o turismo é vivenciado dentro da Colônia, esta pesquisa tem como ponto de partida a seguinte questão, que aqui se entende como problema da pesquisa: Entender qual a situação atual do turismo com a Colônia Witmarsum, em Palmeira/PR.

Para responder este questionamento, a seção dois, refere-se aos objetivos.

1 OBJETIVOS

1.1 GERAL

- Apresentar a situação atual da atividade turística na Colônia Witmarsum.

1.2 ESPECÍFICOS

- Compreender a gênese da Colônia, envolvendo aspectos referentes a sua organização interna e suas atividades econômicas;
- Entender os movimentos referentes ao trabalho com o turismo na Colônia;
- Estudar quais as mudanças que ocorreram na Colônia a partir da entrada da atividade turística.

Para o alcance dos objetivos propostos, este trabalho se deu de acordo com algumas etapas, que são descritas na seção a seguir.

2 METODOLOGIA

Para seu melhor desenvolvimento, este trabalho foi dividido em etapas. Na primeira etapa foi realizada a busca de material, levantamento de fontes secundárias, consulta em livros, artigos na internet, em revistas científicas. Os temas abordados foram: turismo, turismo no meio rural, turismo cultural e turismo gastronômico. Essas leituras foram importantes tendo em vista um entendimento mais afinado dos conceitos e buscando entender suas características, uma vez que são os tipos de turismo praticados na Colônia Witmarsum, em Palmeira-PR.

Na segunda etapa, foi aprofundado o conhecimento sobre a Colônia, seu histórico e fundação, trazendo dados até os dias de hoje. Isso feito através de busca em livros, teses, artigos, dissertações e outros que tratam sobre a história local e regional. Além disso, foram utilizados também vídeos ou reportagens que se referem a Witmarsum em Palmeira-PR. Essa segunda etapa respondeu ao primeiro objetivo específico que se referia a compreender a gênese da colônia, envolvendo aspectos referentes a sua organização interna e suas atividades econômicas.

Já a terceira etapa tem como objetivo o levantamento de dados, através de entrevistas² e observação no local de pesquisa, necessário também o registro de fotos da localidade. Tais entrevistas foram realizadas com moradores da Colônia e/ou também proprietários dos estabelecimentos: tratando sobre o turismo na Colônia, como se dá tal processo e o que leva os empreendedores a investir na atividade turística. Essa etapa respondeu o segundo objetivo específico, que é entender os primeiros movimentos referentes ao trabalho com turismo na Colônia e também ao terceiro objetivo que é: estudar quais as mudanças que ocorreram na Colônia a partir da entrada da atividade turística.

A partir disso, chegou-se ao objetivo geral, apresentando a situação atual da atividade turística na Colônia Witmarsum, em Palmeira-PR.

O desenvolvimento dos trabalhos apresentados nessas etapas será fundamental para que possa aprofundar o conhecimento sobre a Colônia e seu produto turístico, também respondendo ao problema de pesquisa.

² Vide no apêndice 1 o roteiro de entrevista utilizado na pesquisa.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Inicialmente são apresentados os autores utilizados, conforme cada tema da pesquisa.

Quanto aos dados levantados sobre a Colônia de Witmarsum, aqui objeto de pesquisa, teve-se como base as seguintes fontes: Camargo (2013); Hamm (2013); IBGE (2010); Janzen (2005); Lowen (2013); Pauls Júnior (1980); Phillipson (2013); Sebrae (2011); Siemens (2010); e Soares (2013).

Faz-se necessário também, a explicação de conceitos e tipologias de turismo tendo em vista que se vai refletir sobre o conceito de turismo propriamente dito, e também sobre as tipologias de turismo que ocorrem na Colônia Witmarsum. Para isso serão utilizados as seguintes fontes: Araújo (2006); Antunes (1999); Barbczsz (2010); Barroco (2008); Brasil Cultura (2010); Coelho de Souza (2011); Congresso Brasileiro de Turismo Rural (2001); Costa (2002); Costa (2009); Costa (2011); Dias (2006); Ferretti (2008); Freixa (2008); Ignarra (2003); Lima (2007); Ministério do Turismo (2008 e 2010); Murta (2002); Pérez (2009); Rodrigues (1999); Rodrigues (2003); Secretaria de Estado de Minas Gerais (2013); Sousa (2012); Souza (2006); Swarbroke (2000); Turatti (2012); Vieira (2004).

3.1 CONCEITOS, DEFINIÇÕES E SEGMENTOS DE TURISMO

O turismo pode ser entendido como deslocamento temporário de pessoas, permeado por motivações variadas, sendo que uma destas pode se referir a aspectos da história de um local, envolvendo sua cultura e gastronomia.

Continuando a tratar sobre turismo: as definições são variadas; cada autor tem seu próprio conceito, porém a maioria deles tem como ideia principal o deslocamento temporário de pessoas, indo além da ideia do lazer, englobando outras finalidades, que se apresentam como segmentações da atividade, como: negócios, compras, melhor idade ou terceira idade, ecológico, rural, aventura, religioso, cultural, gastronômico, saúde, eventos, dentre outros.

Quanto ao conceito de turismo, De La Torre (1992 apud IGNARRA, 2003, p.13) aponta que este

[...] é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Nota-se na citação acima, aspectos intrínsecos do fenômeno turístico, enquanto fenômeno social pela movimentação de pessoas, e o conhecimento sobre novas culturas através das viagens, de ser algo voluntário, ou seja, que não envolva nenhuma atividade que gere renda ao viajante, podendo o deslocamento ser sozinho ou em grupos.

São essas motivações que levam o turista para determinado local. Contudo a segmentação da atividade turística é um passo importante também, para atrair o turista com mais facilidade.

Tratando da segmentação da atividade, esta possui algumas finalidades no sentido de “[...] organizar a atividade turística, para fins de planejar e também estudar o mercado” (RODRIGUES, 2003, s/p).

A segmentação traz vantagens para as empresas turísticas, tendo em vista que o planejamento, a organização da atividade por meio de segmentos vai também fazer com que o destino passe a ter uma marca voltada a uma tipologia de turismo específica. Dessa forma, igualmente, atrai um público também mais específico que vai ser buscado a partir de ações mais direcionadas de marketing. Além disso, as análises perante o mercado se darão pensando na concorrência que versa sobre produtos similares. A segmentação neste sentido se apresenta como uma forma estratégica de trabalhar, organizar e ofertar um produto distinto no mercado.

Vindo ao encontro do que foi citado, Brizolla (2010) declara que, a segmentação de mercado turístico, quando bem definida deve atingir um público específico, o que não deixa de ser uma estratégia. Muitas novas denominações surgem constantemente, pois as pessoas sempre estão em busca de experiências novas e a criatividade daqueles que atuam na área.

Entende-se, portanto, que o turismo é um fenômeno, que traz também benefícios para os próprios turistas, envolvendo o lazer, o conhecimento de novas culturas, os contatos com povos de outros locais, além da geração de emprego e renda para as comunidades receptoras. Já a segmentação se apresenta enquanto

uma importante ferramenta para o desenvolvimento do turismo em qualquer localidade, no sentido de se dar uma identidade ao produto turístico.

Seguindo com a discussão teórica, passa-se agora para apresentação de algumas tipologias de turismo. Cabe salientar que estas tipologias são observadas na Colônia Witmarsum, em Palmeira-PR.

3.2 TURISMO NO MEIO RURAL

Nesta seção busca-se apresentar uma discussão conceitual sobre Turismo no Meio Rural, como este se dá em uma localidade, suas características, conceitos e objetivos.

Beni (1997, *apud* BARRETO & TAMANINI, 2002, p. 32) acredita que “o turismo rural tem características próprias e bem definidas.” Mas, antes de adentrar nos conceitos de turismo no meio rural, nota-se ser pertinente apresentar o que pode se entender enquanto meio rural, onde esta tipologia de turismo se dá. Para Benevides (1996, *apud* RODRIGUES, 1999, p. 36) o meio rural, pensando pelo lado do turismo

[...] é imaginado como *locus* da procura por uma paisagem em estado “originário”, na verdade um espaço ainda submetido às culturas de interação tradicional entre sociedade e natureza, ensejadora das formas de conservação ambiental. A paisagem é primordialmente procurada como suporte para seu desfrute contemplativo [...].

Seria assim o local de encontro com o natural, se comparado com o espaço urbano, um local onde o tradicional ainda pode permanecer mais intacto, e onde o lazer pode ser um dos pontos buscados pela tranquilidade, e pelas relações existentes, partindo da ideia de comunidade, envolvendo ainda o sentido de ruralidade.

Seguindo estas ideias supracitadas, Lima (2007, p.11) comenta que,

A relação íntima com a natureza é um traço característico da ruralidade e do modo de vida rural, contrariamente ao modo de vida urbano. Sua razão de ser se expressa no contato permanente do camponês com a natureza, de onde tira seus meios de subsistência e, principalmente, em função desse contato permanente, pela relação direta com o meio ambiente, que ao preservar o ambiente natural, reproduz também o espaço de vida de seus moradores.

Possivelmente, alguns turistas que estão em busca dessa tranquilidade irão até determinadas localidades, para desfrutar dessa calma e “escapar” do espaço urbano; contudo é opcional participar das atividades desenvolvidas no local, comenta Beni (1997, *apud* BARRETO & TAMANINI, 2002, p. 33). “[...] os turistas, para viverem uma autêntica experiência de vida do campo, poderão participar ou não da rotina diária dos afazeres domésticos ou produtivos da propriedade”.

Observa-se que a atividade de turismo no meio rural está ligada às lidas rurais, à forma de vida que envolve as comunidades rurais, comprometidas com a produção e atividades de tal meio.

Tanto os conceitos do Meio Rural, como Turismo Rural, como afirma Tulik (2003), são utilizados como sinônimos, cabendo assim salientar o motivo desta forma de apreensão e utilização, e qual seria a real abrangência de cada um destes termos. Ainda continua, entende-se primeiramente como turismo no meio rural

[...] o conjunto de atividades desenvolvidas no espaço rural. Questiona-se, porém, se tudo o que existe nessa área é de fato, rural. Vários autores discutem essa questão e não concordam com a aplicação genérica da expressão Turismo Rural a qualquer tipo de turismo. Para muitos especialistas, Turismo Rural, no estrito senso, deve estar ligado às características próprias do meio rural, excluindo-se desse rótulo outras formas que nada têm a ver com a prática e o conteúdo rural; deve estar ligado à paisagem rural, ao estilo de vida e a cultura rural. (TULIK, 2003, p.43).

Ou seja, na colocação de Tulik (2003) deve-se entender como turismo rural aquele que tem atividades ligadas ao contexto do espaço rural, das pessoas que residem neste espaço e vivem de atividades eminentemente rurais. Ainda pode-se afirmar, que neste sentido o meio rural pode ser avaliado com a característica determinada de atividade voltada à produção de alimentos, criação de plantas ou animais. Quanto ao turismo, o contato com a natureza é constante, pois a maioria das atividades é realizada ao ar livre (SIQUEIRA e OSÓRIO, 2001).

O que a maioria desses autores tem em comum, e apregoam fortemente, é que o rural proporciona o contato com a natureza aos visitantes. Também salientam as diferenças entre o espaço rural e o urbano quanto as suas características turísticas, como por exemplo Tulik (2003), comenta que para ela, as zonas rurais e urbanas têm características que as demarcam e diferenciam.

A mesma autora explica,

Os critérios para delimitar essas áreas variam muito e essa diversidade tem sido apontada como a principal dificuldade para se realizarem estudos comparativos e para se esclarecerem questões ligadas aos ramos do conhecimento, que se apoiam nos conceitos de rural e urbano[...] (TULIK, 2003, p.15)

Neste caso o que ela interpreta é que existe dificuldade entre os autores, para comparar o meio rural, do meio urbano, mas que para ela, existem características tanto de turismo no meio rural, quanto turismo no meio urbano, que os diferenciam.

Sem contar que o segmento de turismo no meio rural vem se destacando de forma promissora, mostrando grande potencial no país, tendo em vista o grande número de propriedades rurais que estão utilizando/organizando a atividade turística, com a geração de renda agregada à das atividades rurais tradicionais (BRASIL, 2010).

Pensando desta maneira, o que se nota é que o turismo no meio rural surge apresentando diversas funções, dentre elas, por um lado é uma opção de lazer para os turistas enquanto produto organizado, e por outro lado, como uma oportunidade de renda, para o produtor rural.

Sendo assim, o turismo no meio rural, têm como objetivo proporcionar ao produtor rural uma alternativa de renda, uma fonte econômica que auxilia na sobrevivência, e conseqüentemente ao turista o descanso que este procura, pois o visitante poderá ter contato com os valores e cultura daquela terra (SOUSA, 2012, p.07).

Se a comunidade rural for bem organizada, apresentar as facilidades necessárias para a permanência dos turistas e bom atendimento, o empreendedor rural terá seu objetivo atingido no que se refere a geração de renda, e o turista sai da localidade satisfeito, uma vez que teve um momento de lazer satisfatório.

Pérez (2009, p. 165) assegura, que “Tem-se que considerar que os produtos e as atividades associadas ao turismo no espaço rural giram à volta da natureza e da cultura, das quais tomam os elementos para encerrar um ciclo de produção e consumo”.

Diante de tudo que foi visto, pode-se ter uma base do que é o turismo no meio rural, suas características e conceitos.

Porém o turismo no meio rural pode tomar várias formas, tal como a atividade com um viés voltado a atrativos que envolvam a cultura local, onde se tem então a atividade de turismo cultural. Com o objetivo de apreender o que se entende por

essa tipologia de turismo, a seção que segue trata deste, apresentando suas particularidades.

3.3 TURISMO CULTURAL

O segmento de turismo cultural é diversificado e atraente, tendo em vista a motivação de uma fatia da demanda que procura vivenciar e conhecer a história, conhecer outra cultura, vivenciar o dia a dia de determinado local, dentre outras curiosidades que despertam atenção do turista, podendo, assim, ser um atrativo forte para a comunidade rural. Dando sentido ao local e a sua história há o componente cultural, que torna o espaço característico devido aos traços e costumes que cada população apresenta. Nesse sentido entende-se a cultura como “[...] aquele todo complexo que inclui conhecimentos, crença, arte, moral, lei, costume e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem na condição de membro da sociedade” (TYLOR, 1871, *apud* DIAS, 2006).

O turismo cultural se utiliza de alguns tipos de recursos e ações que estão inter-relacionadas. Segundo Swarbrooke (2000, p. 35-36), esses recursos seriam as:

Comidas e bebidas tradicionais; Férias com algum interesse especial; Atividade de esporte; Teatros ou galerias de arte; Tipos de arquitetura; Locais religiosos; Indústria e Comércio; Atrações culturais; Festivais e eventos; Museus; Paisagens turísticas; Passeios temáticos; Todos esses recursos juntos fazem parte do Turismo Cultural.

Sendo assim, entende-se que ao falar em turismo cultural, está se referindo a uma atividade que proporciona

[...] uma vivência e participação em novas e profundas experiências culturais estéticas, intelectuais, emocionais e psicológicas. Teria ainda como experiência a vivências sensuais (sons, odores, cores, ambiente), sociais (relações com os outros, hospitalidade, bem-estar, segurança, diversão), culturais (eventos, festivais, atividades, alojamento, restauração, enriquecimento) e econômicas (relação qualidade do serviço-preço, relação custo benefício da vivência, acessibilidades e transportes) (PEREZ, 2009, p. 110-111).

Pode-se compreender a oferta de turismo cultural como, forma de produção e consumo de determinados produtos e bens culturais, comenta Pérez (2009).

Quando todos os elementos fervilham no encontro de culturas distintas e há uma certa disposição do visitante e do “anfitrião”, o enriquecimento de ambos os lados é evidente. Assim, considerando-se a existência de elementos básicos comuns a todas as culturas, “[...] embora estes apresentem conteúdos que podem ser bastante diferentes, nota-se que elementos tais como as crenças, os valores, as normas, as sanções, os símbolos, o idioma, as práticas locais”, acabam assim adentrando enquanto parte do produto referente a segmentação de turismo cultural (DIAS, 2006, p.19)

No ambiente do turismo cultural o turista também possui a figura, além de consumidor, de agente social, pois de acordo com Costa (2009, p. 47),

O turista, como qualquer pessoa, exerce a ambivalente e concomitante função de agente aculturador e de elemento suscetível de sensibilização por culturas outras que a sua própria. Assim, pelo próprio desejo ou pela necessidade de participar de ambientes e sociedades diferentes dos que lhes são próprios [...] Ao desejo e a necessidade de transferência cultural chamamos motivação cultural.

O que importa para o turista não são somente os atrativos como monumentos, praias, ou edifícios; a aprendizagem sobre a cultura do local também é levada em consideração; assim como a comunidade valoriza, os turistas poderão valorizar. O turista ainda se apresenta como um agente que pode modificar a cultura local, devido a visitação e a rela o turista-residente; isso, claro, a longo prazo; o que enquadra enquanto um dos impactos negativos da atividade.

Esse papel de transforma o, impacto e mudança   prejudicial a este tipo de turismo, pois como salientam Murta e Albano (2002, p.32) “O turismo cultural requer lugares e culturas preservadas, assim como comunidades preparadas para valorizar a experiência turística”. Neste sentido, o cuidado para não modificar os aspectos da cultura que motivam a visita o   essencial, buscando preservar tais traços e com eles a continuidade do turismo local.

Turatti (2012) aponta que, praticado para a aquisi o de novos conhecimentos, esse tipo de turismo constitui-se de um público bem específico. A atra o cultural passa ser a principal motiva o de consumidores, para a visita o de uma destina o turística.

Contudo, dentro do turismo cultural, há características positivas quanto negativas.

Uma das características positivas do turismo cultural, conforme Dias (2006, p.19) é que ele

[...] interfere na forma como as pessoas veem o mundo, como percebem as coisas. Cada indivíduo é criado em uma cultura específica e os valores que adquire fazem-no emitir juízos de valor sobre as coisas; desse modo, o mundo é visto de forma diferente pelas diversas sociedades [...].

É uma relação de presente, passado e futuro, cada pessoa interpreta de um jeito, observa o passado e presente de outra forma.

Tratando dos impactos sócio culturais, tendo como foco as sociedades receptoras, Dias (2006, p.126) salienta que estes são

[...] o resultado de um tipo particular de relações sociais que ocorrem entre turistas e residentes como decorrência do estabelecimento do contato e que provocam mudanças sociais e culturais na sociedade visitada – sistema de valores, comportamento individual, estrutura familiar, estilos de vida, manifestações artísticas, cerimônias tradicionais e organização social.

Existe ligação entre turismo e cultura. Apesar desta natureza cultural do turismo ser antiga, a cultura e turismo em si são recentes. Nas últimas décadas, foram se criando pontes entre um campo e outro, o que acabou modificando o conceito de muitos sobre os temas, conta Pérez (2009).

Neste sentido,

Não pode existir turismo sem cultura, daí que possamos falar em cultura turística, pois o turismo é uma expressão cultural. Em termos filosóficos toda a prática turística é cultural. Além do mais, o turismo pode ser pensado como uma das atividades que mais tem fomentado o contato intercultural entre pessoas, povos e grupos (PEREZ, 2009, p. 43).

Turismo e cultura estão interligados, mas só se torna turismo cultural, quando o visitante vai à determinado local, justamente para conhecer a cultura do lugar, vivenciar, ter esta experiência enquanto turista; nesse caso, a pessoa se sentiu motivada a conhecer determinada cidade, região, etc.; sobretudo para obter esse contato cultural.

Dentro dessa tipologia de turismo cultural, pode ser encaixado outro tipo de turismo que soma com este segmento, que é o turismo gastronômico: “[...] a gastronomia está assumindo cada vez maior importância como mais um produto

para o turismo cultural. As motivações principais encontram-se na busca pelo prazer através da alimentação e da viagem [...]” (SCHLÜTER, 2003, p. 11).

Sendo assim, a seção que segue trata sobre o turismo gastronômico.

3.4 TURISMO GASTRONÔMICO

Pode-se dizer que a gastronomia é uma das artes de um povo, já que os hábitos alimentares variam de uma cultura para outra. Sendo assim, é justamente este diferencial existente entre cada cultura que gera características intrínsecas que contribuem para que os turistas se desloquem para conhecer tais particularidades. “[...] Apesar de a alimentação ser um ato individual, na escolha dos alimentos intervém uma série de condicionamentos que fazem com que tudo o que é comestível não seja consumido necessariamente em todas as sociedades”. (SCHLÜTER, 2003, p.16)

Nem todas as localidades são iguais, uma vez que na maioria das vezes a maneira de preparar o alimento é diferente, o que acaba sendo um diferencial de cada cultura.

[...] nem todos os turistas se encontram exclusivamente motivados pela cultura, já que alguns o estão em parte, enquanto outros consideram a cultura como vinculada à outra motivação principal [...] Devido ao fato de que a gastronomia raras vezes seja o agente motivador principal de um deslocamento turístico, recorre-se geralmente à criação de rotas temáticas e culturais que permitem integrar em um produto os elementos que individualmente não atraem o interesse suficiente ou contam com certas dificuldades de promoção ou comercialização, tornando possível um produto final de maior valor com a soma das partes e incrementando assim seus benefícios econômicos e sociais. (SCHLÜTER, 2003, p.71).

Talvez nem todos os turistas se desloquem a determinado local pela curiosidade de provar a comida típica da localidade, outros fatores também estão envolvidos neste diferencial, como por exemplo a rota temática, a cultura, a dança, e elementos envolvidos nesta rota turística, porém é possível sim que alguns se desloquem justamente motivados pela gastronomia. Ou seja, é opcional integrar outros atrativos que não sejam referentes a gastronomia, afinal, outras motivações também fazem parte da atividade turística de uma comunidade.

Tratando da gastronomia brasileira, o site Brasil Cultura (2010), salienta que

O preparo dos mais diversos pratos da culinária brasileira está ligado aos aspectos socioculturais de nossa história e recebeu a influência de outros povos que aqui estiveram em épocas passadas e nos legaram um patrimônio cultural valioso, influenciando e dominando até mesmo na alimentação. A variedade de sabores e preferências regionais, com suas especiarias e temperos próprios, tornam-se irresistíveis ao paladar mais exigente de qualquer arte da cozinha nacional.

Envolvendo essa relação da gastronomia com a cultura, Costa (2011, s/p) aponta que “A comida é cultura quando preparada e transformada pelo homem, pois este se utiliza de técnicas e práticas culinárias desenvolvidas para este fim, que tem ligação a suas raízes culturais e a sua tradição”. Cada localidade tem seus métodos de preparo dos alimentos, portanto a maneira como estes o fazem, é que altera e dá o diferencial que chama atenção.

Barroco (2008, s/p) comenta que, não tem como pensar em turismo, sem lembrar-se da gastronomia, pois a alimentação sempre vai estar presente na curta ou longa permanência do viajante.

Sobre a importância da gastronomia para a cultura e conseqüentemente para o turismo, Schlüter, (2003, p. 11) afirma que

A busca das raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio de sua gastronomia está adquirindo importância cada vez maior. A cozinha tradicional está sendo reconhecida cada vez mais como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos. Ainda que o prato esteja à vista, sua forma de preparação e o significado para cada sociedade constituem os aspectos que não se veem, mas que lhe dão seu caráter diferenciado, e que podem ser utilizados pelo turismo, pelo seu diferencial.

Certamente, estar no local de origem do prato típico faz diferença, vivenciar sua cultura, conviver mesmo que por alguns instantes com essas pessoas, perceber a maneira como falam, o seu sotaque, como se vestem, tudo isso se torna interessante e se apresenta enquanto um diferencial, que é agregado à gastronomia, já que “[...] o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade”. (SCHLÜTER, 2003, p.16)

Partindo desta premissa, a gastronomia passa a assumir o papel de um atrativo de turismo cultural também, gerando empregos e com isso fazendo com que a comunidade cresça gradativamente e economicamente. Pode-se afirmar que

A gastronomia é um o atrativo turístico, que mexe com o desejo do turista, com o paladar e o prazer de se alimentar, sendo parte da cultura local, então envolvido com o turismo cultural (BARCZSZ & AMARAL, 2010, p.70).

A alimentação é um processo consciente que se ajusta conforme as normas de cada cultura, no qual o indivíduo é socializado desde seu nascimento. Já o conceito da alimentação implica aos processos nutritivos e o controle dietético, como marco cultural e social em que se localizam essas normas e comportamentos alimentares (SCHLÜTER, 2003).

Neste sentido, nota-se essa forte relação do turismo gastronômico com o cultural, sendo que eles conversam, tendo atrativos em comum, e em muitos casos sendo praticados ao mesmo tempo pelo turista. Assim como tem a ligação com o turismo no meio rural, tendo em vista a especificidade desse espaço, e as suas possibilidades de trabalho com a atividade, devido a muitos traços característicos que este meio preserva, que advém de relações envolvendo a cultura, esta cultura que pode ser objeto de trabalho com vistas ao turismo cultural, no entanto, envolvendo o meio rural.

Essa explanação e reflexão acerca de tais conceitos e características se fez necessária, no sentido de que a comunidade que está sendo estudada apresenta esses três tipos de turismo atrelados, sendo desenvolvidos de forma conjunta. Contudo, cabe entender, o que leva a Colônia de Witmarsum em Palmeira-PR, a trabalhar com o turismo, e devido as suas características, tendo um desenvolvimento positivo.

Sendo assim, na seção que segue são apresentados os resultados desta pesquisa.

4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

A comunidade menonita de Witmarsum, mais conhecida como Colônia Witmarsum, tem aproximadamente 1.500 habitantes, como consta no site da própria Colônia e situa-se no município de Palmeira-PR, localizada na BR 277, região dos Campos Gerais.

“O município tem aproximadamente 32.123 habitantes, e está a uma distância de 60 km de Curitiba, capital do estado” (IBGE, 2013).

A Colônia Witmarsum, de Palmeira-PR, conta com o auxílio da Organização Social da Colônia que se chama Associação Comunitária dos Moradores Proprietários de Witmarsum, e tem como presidente o Sr. Nidibaldo Vilibaldo Temp. Não deixando de lado a Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum Ltda, que tem como presidente o Sr. Ewald Warkentin, segundo dados obtidos na entrevista com Phillipsen.

Dá-se a formação da Colônia Witmarsum, por estar ligada a um movimento de reimplantação. Os alemães menonitas, “Vindos da Rússia, após uma breve passagem pela Alemanha, [...] desembarcam nos portos brasileiros em fevereiro de 1930” (SIEMENS, 2010, p. 36).

Uma parte das famílias foi residir em colônias organizadas em Santa Catarina, onde hoje se localiza o município de Witmarsum. De toda forma, parte das famílias que se situaram primeiramente em Santa Catarina, devido às circunstâncias difíceis de vida, vão buscar um novo local para viver (PAULS, 1980).

Durante a entrevista com Hamm (2013), ela conta que,

Os reimplantados da Alemanha, que residiram em Santa Catarina, também não se adequaram ao local por ser um terreno montanhoso, eles estavam acostumados a trabalhar em terrenos planos e sem muitas árvores. Então encontraram esta região dos Campos Gerais, que mais se parece com o relevo da Alemanha.

E, assim, é formada “a Colônia Nova Witmarsum em 1951, na ex fazenda [sic] Cancela na área rural do município de Palmeira, por 60 famílias menonitas remanescentes da antiga Colônia e atual município de Witmarsum, em Santa Catarina” (SIEMENS, 2010, p. 155).

A transferência completa das famílias exigiu sacrifícios, afirma Pauls (1980, p.237); afinal, isso demandou alguns anos e foi concluída em 1954.

O futuro ainda não era promissor, conta Siemens (2010, p. 155-156),

Era um pioneirismo oposto às últimas experiências em Santa Catarina, desta vez em campo aberto, até então considerado impróprio para a agricultura. Para os conhecedores da área, essa tentativa de colonizar uma fazenda nessa região redundaria em fracasso total, à semelhança de outros projetos de colonização nos Campos Gerais do Paraná.

“Quando essas pessoas chegaram à fazenda, trabalhavam só no campo, plantação e cultivo, plantavam para não morrer de fome, ou seja para seu próprio sustento” (HAMM, 2013).



Figura 1: Animais nos campos
Fonte: Acervo da pesquisadora

Os agricultores não perderam a esperança: por intermédio da sua organização e por meio da Cooperativa Mista Witmarsum e pela Associação de Moradores de Witmarsum (em Palmeira), resolveram se esforçar para vencer os obstáculos, bem como o pessimismo que havia sido depositado. Passam, assim, a trabalhar com o ramo de laticínios que, com o passar dos anos, se consolidou, além das atividades de agricultura com os monocultivos de soja e milho, trazendo renda e desenvolvimento para a colônia (SIEMENS, 2010, p.156).

A Colônia também possui Igrejas Menonitas, bibliotecas, escolas de músicas, grupos de teatro e melhor idade, as quais visam o bem estar e integração ativa com

a sociedade, através de apresentações de danças, músicas, ginásticas, dentre outras atividades, como comenta Janzen (2005).

Além de tais instituições aliadas às atividades econômicas e culturais, à cooperativa e associações de moradores, nota-se também, a partir do ano 2000, a organização da comunidade, iniciando, com pequenas ações, trabalhos referentes ao turismo (SOARES, 2013).

A Colônia começou a investir em muitos aspectos, os quais serão comentados abaixo, o que provavelmente ocasionou a movimentação do turismo.

Segundo Janzen (2005, p. 90), iniciou o programa de turismo cooperativo no ano de 2002 e a ideia veio do SESCOOP e da OCEPAR em começar com o turismo rural nas cooperativas que tinham vínculo com essas entidades, com o intuito de acrescentar uma fonte de renda alternativa aos agropecuaristas.

Para Janzen (2005, p. 90), o projeto

[...] se estende por todo o Brasil, mas aqui no Paraná encontram-se envolvidas 6 colônias de origem europeia que se estabeleceram em áreas rurais e já estão a mais de 50 anos trabalhando no campo e mantendo suas tradições e cultura. São elas Arapoti, Castro e Carambeí – holandesas, e Entre Rios, Prudentópolis e Colônia Witmarsum – Eslavo Germânicas. A Colônia Witmarsum foi a pioneira nesse projeto, pois era a que se situava mais perto da capital paranaense – Curitiba, distando somente 60 quilômetros (JANZEN, 2005, p.90).

A OCEPAR ainda investiu em um curso de capacitação de dois anos, depois de algumas reuniões com pessoas das colônias, que estavam interessadas a trabalhar com o turismo. Consequentemente o leite não estava “indo bem”, não estava gerando renda, portanto a maioria se interessou a trabalhar com o turismo, já que entraria como uma fonte extra de renda (HAMM, 2013).

Depois disso, dentro da Colônia, o turismo vem acontecendo de forma organizada e tranquila. Os roteiros são elaborados conforme as reservas, e para grupo acima de 20 pessoas, ou no máximo dois ônibus (JANZEN, 2005).

Em relação a esse assunto, Phillipsen (2013) acrescenta que as atividades fornecidas para os turistas são realizadas no meio rural, envolvendo atividades como cavalgadas, passeios de trator, tirar leite das vacas, dentre outras. Alguns desejam atividades relacionadas à cultura também, como conhecer a história do local, o museu, esperam também levar alguns artesanatos e geleias para casa. “Mas o que os instiga bastante é a gastronomia tradicional alemã, afinal de contas quem vai

passar aqui e não se preocupar em comer?! Algumas pessoas até pedem sugestão de local para lanche e perguntam se é a comida típica” (PHILLIPSEN, 2013).



Figura 2: Eisben (Joelho de porco);
Fonte: <http://www.acmpw.com.br/turismo/index.php>



Figura 3: Kartoffeln (Batata frita alemã)
Fonte: <http://www.acmpw.com.br/turismo/index.php>

Continuando a falar de turismo, atualmente, de acordo com Sebrae (2011, s/p)

[...] a Colônia Witmarsum é um destino turístico cada vez mais procurado por visitantes atraídos pela hospitalidade dos cerca de 1.500 moradores. O interesse dos turistas não é à toa, mas fruto de um conjunto de ações que vêm sendo pensadas e desenvolvidas há nove anos e mais intensamente desde 2008, ano em que a comunidade passou a integrar o Projeto Turismo nos Campos Gerais, uma iniciativa do Sebrae/PR e parceiros.

Observando as considerações apontadas pelo site do Sebrae (2011), nota-se que a comunidade vem há cerca de uma década desenvolvendo trabalhos em torno da atividade de turismo.



Figura 4: Além do asfalto bem estruturado, a sinalização de placas é evidente para os visitantes
Fonte: <http://aprendendoporai.blogspot.com.br/2012/08/colonia-witmarsum-um-pequeno-paraiso.html>

Segundo Hamm (2013),

O turismo já causa um impacto positivo dentro da Colônia, por exemplo a ferinha de sábado, movimenta bastante a economia do local, recebemos turistas da região, que chegam pela manhã e ficam até a tarde, movimentando os restaurantes que de certa forma se beneficiam muito com isso. É uma renda extra que todos ganham.

Ainda, de acordo com Hamm (2013), há cinco anos tem melhorado muito, graças ao turismo. A partir do ano de 2008, começou a aumentar a demanda na Colônia, pois a OCEPAR fez divulgação na TV, o que acabou ocasionando um fluxo de turistas significativo, que cresce a cada dia, fidelizando clientes, que desde então visitam a Colônia anualmente. O que se espera é que, com o marketing boca a boca, isto cresça cada dia mais.



Figura 5: Paisagem da Colônia Witmarsum – Palmeira/PR
Fonte: Site da Colônia Witmarsum

É com esse marketing que a Colônia vai crescendo e, aos poucos, se adaptando ao turismo. Quem visita a localidade e conversa com os moradores ou proprietários percebe que existe um interesse no turismo, uma vez que há opções: como pousadas para quem deseja ficar mais tempo na Colônia, assim como restaurantes, lazer, envolvendo passeios, contato com o meio rural de alguma forma, enfim, existem alternativas para quem deseja passar uns dias com tranquilidade e “escapar” do meio urbano.

A maioria dos turistas que visitam a Colônia, passam na casa de artesanatos e levam para sua casa lembranças que ali são feitas, como, por exemplo, bolachas, pinturas em quadros, tapetes, biscoitos, geleias; nota-se que eles valorizam as coisas feitas na Colônia (JANZEN, 2013).

Além disso, muitos turistas param para comer em confeitarias e restaurantes dentro da Colônia, o que acaba movimentando a economia do local, assim como conta Kliewer (2013): “Com a movimentação do turismo na Colônia, a Confeitaria teve mais lucros, pois os visitantes dificilmente passam por aqui sem comer, já temos até clientes fiéis, que contam que é sagrado passar na Colônia antes de continuar a viagem”, diz ele.

Com essa fidelização de clientes, a Colônia Witmarsum só tende a crescer e obter melhorias na economia do local.

“Não entendo como algumas pessoas ainda não acreditam no turismo da Colônia, ele existe sim, afinal têm atrativos no meio rural, cultural e principalmente no gastronômico” (JANZEN, 2013).



Figura 6: Placa da Confeitaria em um tamanho visível para os turistas;

Fontes: Acervo da pesquisadora; e
<http://pt.dreamstime.com/fotos-de-stock-apfelstrudel-torta-de-ma%C3%A7%C3%A3-image12690803>



Figura 7: Apfelstrudel, torta alemã de maçã.

Fontes: Acervo da pesquisadora; e
<http://pt.dreamstime.com/fotos-de-stock-apfelstrudel-torta-de-ma%C3%A7%C3%A3-image12690803>

Através de algumas fotos, nota-se que os moradores estão se voltando e dando uma atenção maior para a atividade turística no local.



Figura 8: Placas das Estrias Glaciais de Witmarsum;
 Fonte: Acervo da pesquisadora

“Pra nós, o fluxo de turistas é totalmente positivo; não conseguimos enxergar nada negativo ligado ao turismo; pelo menos tratando dos nossos empreendimentos, não” (JANZEN, L. 2013).

O turismo está, mesmo que lentamente, cada vez mais presente na Colônia Witmarsum. Os próprios moradores e proprietários dos estabelecimentos comentam isso. Como diz Jahn (2013): “Eu vejo muito potencial para o turismo na Colônia”. E o que se pode constatar até o momento é que essas pessoas estão gostando da ideia. Hamm (2013) afirma: “A persistência é a alma do negócio e acredito que tem tudo para dar certo”.



Figura 9: Acesso dentro da Colônia
Fontes:<http://aprendendoporai.blogspot.com.br/>;

E assim se esclareceu o primeiro objetivo específico deste trabalho; compreendendo dessa forma, a gênese da Colônia Witmarsum, explicando sobre sua organização interna e as atividades econômicas desenvolvidas, através das informações coletadas em livros, e outras buscas, como artigos, entrevistas e reportagens que tratavam deste tema.

Seguem no próximo capítulo, os resultados, no qual vai se encontrar todas as respostas dos objetivos propostos neste trabalho, assim como o Problema de Pesquisa.

5 SITUAÇÃO ATUAL DA ATIVIDADE TURÍSTICA - COLÔNIA WITMARSUM

Por fim, os resultados de cada objetivo serão expostos neste capítulo.

Em resposta ao primeiro objetivo: Compreender a gênese da Colônia, envolvendo aspectos referentes a sua organização interna e suas atividades econômicas. Para isso, foram coletadas informações em livros; e, assim, com buscas em tudo o que tratava desse tema, o qual foi respondido no capítulo da Caracterização do Objeto de Estudo, neste trabalho.

Para responder ao segundo objetivo: Entender os movimentos referentes ao trabalho com o turismo na Colônia. Para este, utilizou-se de entrevistas e observação no local da pesquisa. Tais entrevistas foram realizadas com o presidente do Heimat – Museum, que se chama Heinz Egon Phillipsen; Evelyn Daiane Hamm, proprietária da Pousada Campos Gerais; Ludwig Janzen, filho da proprietária Marizélia Lopes Janzen da Pousada e Restaurante Bela Vista; Benjamin Kliwer, proprietário da Confeitaria Kliwer; Arlinda Jahn, proprietária do Restaurante Sabores da Colônia; Lucimara Eurich, secretária da casa de Artesanato Toll; Katharina Janzen, proprietária da casa de Artesanato Witmarsum; Hulda Duck Lowen, proprietária do Restaurante Frutilhas Lowen; sendo a maior parte deles moradores da Colônia.

Podem-se iniciar as respostas desse objetivo com a entrevista da Sra Lowen (2013), que conta os primeiros passos que teve com relação ao turismo:

As pessoas passavam por aqui e tinham interesse em comprar minhas geléias. Isso era uma fonte de renda pra mim, até que em meados de 2001, percebi que muitos perguntavam se tinha lugar para almoçar. Foi aí que eu e minhas filhas tivemos a ideia de abrir um restaurante; foi a melhor coisa que fizemos, pois hoje a Colônia é conhecida, e todos os fins de semana têm clientes; isso durante o ano todo, o que nos deixa muito satisfeitos.

Percebe-se que Lowen (2013) está animada com a ideia de trabalhar com turismo; acredita que foi seu melhor investimento.

Entrevistando uma pessoa que também trabalha com restaurante, o Ludwig Janzen, filho da proprietária do restaurante Bela Vista, conta: “Muitas pessoas da própria Colônia almoçam aqui, mas, nosso maior fluxo, pode-se dizer que é de turistas” (JANZEN, L. 2013).

Então, compreende-se que o turismo é bem-vindo para esses proprietários de restaurantes, os quais não sobreviveriam somente pelos moradores clientes da Colônia. Embora esse não seja o caso de Arlinda Jahn, que poderia sobreviver sem o turismo; mas optou por isso.

Moro na Colônia há 37 anos; sempre trabalhei na chácara com leite e frango; e há 10 anos estou trabalhando com o turismo. Quando eu percebi que este poderia ser uma fonte de renda extra, me joguei de cabeça no negócio; mas quero deixar claro que não é só por dinheiro, mas, sim, por entretenimento e contato com pessoas diferentes (JAHN, 2013).

Já Benjamin Kliewer conta que hoje utilizam o turismo como fonte de renda principal, e não extra.

No início, a família Kliewer trabalhava com venda de 15 tipos de biscoitos, em meados de 1991. E este era o diferencial deles. Até que notaram a insistente procura dos turistas da região, como Ponta Grossa, Curitiba e Castro, que passavam na Colônia à procura por esses biscoitos. Foi aí que a família Kliewer teve a ideia de abrir uma Confeitaria e, no ano de 2004, iniciaram essas atividades para as pessoas da Colônia, e fidelizando turistas com o passar dos anos (KLIEWER, 2013).

Assim também ocorre no restaurante Frutilhas Lowen, segundo a proprietária:

Muitos dos visitantes do meu restaurante são fiéis. Eles já chegam no horário do almoço, dizendo que estão com fome, me chamando pelo nome, e grande maioria prefere comida típica do local. Por isso nosso almoço é voltado para este fim, comida alemã. Talvez seja isso que os atrai até aqui; eles não querem comer o tradicional.

Não fugindo do que Hulda Lowen disse, no restaurante Bela Vista, acontece a mesma coisa. Ludwig Janzen conta: “A maioria dos visitantes chega pedindo algum prato típico alemão, e alguns têm preferência pelo Eisbein, que é o joelho de porco, super famoso aqui” (JANZEN, L. 2013).

Então é evidente que os turistas procuram algo diferente. Não querem o que comem diariamente. E, dentro da Colônia Witmarsum, encontram esse diferencial.

Em relação aos artesanatos, não é muito diferente; pois os turistas procuram objetos que não existem em suas cidades, bem como geleias, biscoitos caseiros, feitos pelos moradores da Colônia.

A Sra Katharina Janzen, do artesanato Witmarsum, comenta:

Um dia é excursão com jovens, em outro é excursão da terceira idade, em outro são casais que estão a passeio, ou então famílias que só passam o fim de semana. Eles passam comprar coisas diferentes para levar para seus conhecidos. Hoje, por exemplo, alguns motociclistas passaram aqui para tomar o café colonial, que é bem conhecido na região, mas já aproveitaram e passaram para comprar alguns artesanatos para levar de lembrança para seus familiares (JANZEN, K. 2013).

Já na Casa de Artesanatos Witmarsum Toll, conta Lucimara Eurich (2013), é um tanto diferente, pois são produtos importados, vindos diretamente da Alemanha.

“Muitas visitantes vem nos fins de semana fazer compra e dizem que querem um pedacinho da Alemanha. Este é nosso diferencial, porque os produtos importados, não são feitos aqui” (EURICH, 2013).

As duas casas de artesanato concordam em um ponto: quanto ao lucro. Tanto Eurich como Janzen disseram que, quando chega ônibus de excursão com estudantes, geralmente eles não compram nada: só querem observar, admirar. Isso não chega a ser um ponto negativo, mas também não gera lucro.

Às vezes os próprios moradores da Colônia não valorizam o que têm perto: a simplicidade das coisas. Como comenta Janzen (2013): “Os turistas sempre compram muitas coisas. Posso afirmar que 80% do nosso lucro vêm deles, pois os moradores não compram tanto aqui. Talvez porque também sabem fazer o que nós fazemos” (JANZEN, K. 2013).

Esses foram os movimentos referentes ao turismo dentro da Colônia Witmarsum, em Palmeira-PR.

E o terceiro objetivo: Estudar quais as mudanças que ocorreram na Colônia, a partir da entrada da atividade turística, foi respondido através das mesmas entrevistas e pesquisas de campo. Através disso, percebeu-se que os moradores da Colônia acreditam que, a partir da entrada da atividade turística, as mudanças foram positivas. Eles explicam os movimentos referentes ao trabalho com turismo dentro da Colônia Witmarsum. Alguns dos entrevistados comentam que o turismo não é a única atividade de renda, pois alguns trabalham também com a parte agrícola da localidade; mas o turismo auxilia como fonte de renda extra para a maioria deles.

Para melhor esclarecimento de dados obtidos, abaixo serão citadas partes relevantes das entrevistas, para este trabalho.

Os moradores da Colônia sempre trabalharam com agricultura, até porque não se tinha muita opção, mas de uns 10 anos pra cá, foram mostrando interesse com o turismo, perceberam que havia visitantes que tinham

curiosidade em conhecer a história do local, seus costumes, hábitos, maneira de vida; desde então, o turismo vem crescendo (PHILLIPSEN, 2013).



Figura 10: O Sr. Phillipsen conta toda a história da Colônia para os visitantes do Museu.

Fonte: <http://www.acmpw.com.br/turismo/museu.htm>

Phillipsen ainda comenta que os turistas chegam interessados em saber a história do local: querem saber o que era o Museu antigamente; dentre outras curiosidades. E ele todo orgulhoso diz: “Eu morei aqui com a minha família, neste mesmo local, conheço cada parte desta casa”, o que atrai a atenção de todos, com suas histórias, desde o início da Colônia até os dias atuais.

O turismo cultural é forte na Colônia, pois sua história já instiga os visitantes a querer saber cada detalhe, assim como estar no meio rural também tem uma forte influência, pois muitos querem relaxar e sair do espaço urbano; mas talvez o turismo gastronômico seja mais evidente, pois a maioria dos que passa por aqui, conta que estiveram experimentando a comida típica, ou passaram na Colônia para fazer um lanche na Confeitaria. Mas independente da motivação que tiveram, eles estão praticando o turismo e movimentando a economia do local (PHILLIPSEN, 2013).

Seguindo essa linha de raciocínio, Hamm (2013) ressalta que, independente dos motivos que os turistas possuem em vir até a Colônia, eles trazem benefícios, movimentam a economia do local; além de utilizar as pousadas, têm curiosidade em experimentar o café colonial, participam das feirinhas, visitam o Museu, compram artesanatos, geleias, leite etc. Enfim, são todos muito participativos, e a impressão

que se dá é que todo ano esta demanda cresce. Visivelmente se percebe que os proprietários e moradores acreditam nesse crescimento do turismo na localidade.

A seguir serão expostas as opiniões dessas pessoas sobre o turismo dentro da Colônia Witmarsum em Palmeira/PR.

“A Colônia possui lugares de lazer, como cavalgadas, passeios de trator, contato com o meio rural, mas o que predomina aqui é o turismo gastronômico; os visitantes vêm para cá para comer, conhecer a comida típica alemã, não tem jeito” (JAHN, 2013).

Ainda ressalta,

Na minha visão, devemos ser mais unidos, um ajudar o outro no que precisa, divulgar o trabalho de outro; porém nem sempre isso acontece; estou sentindo que os empreendedores estão ficando muito individualistas; seria bom se o conjunto fizesse algo pelo turismo, e não pensar somente no benefício próprio (JAHN, 2013).

“O turismo dentro da Colônia Witmarsum é muito bem-vindo, tem um potencial grande, pois tem se desenvolvido cada vez mais” (JAHN, 2013).

Eu participo de um grupo de turismo aqui na região, que são os proprietários que se reúnem pelo menos uma vez no mês para conversar sobre as melhorias, pessoas que acreditam no turismo dentro da Colônia. Discutimos o que precisa ser modificado, para o melhor atendimento para os turistas, até a parte da divulgação da Colônia nós nos preocupamos, fizemos um folheto de todos os atrativos que a Colônia possui, para divulgar e atrair mais turistas (JANZEN, L., 2013).

“Acredito que o que movimenta a Colônia são as comidas típicas; a gastronomia é um ponto muito forte, se não for o principal...” (JANZEN, L., 2013).

Meu marido antigamente vendia objetos rústicos de madeira. Então comecei ajudando ele a cuidar disso. Eu trabalho com costuras. Comecei a vender e tivemos a ideia de abrir essa casa de artesanato, unindo as duas coisas e, com o tempo, fomos nos atualizando, modificando e percebendo do que os visitantes gostavam ou estavam procurando. Ele faleceu há quatro anos, e agora outra senhora está me auxiliando e trabalhando comigo. Não dou conta sozinha. A partir da movimentação do turismo dentro da Colônia, não tenho sossego; mas afirmo que isso é muito bom (JANZEN, K., 2013).

“O que me deixa bastante preocupada é essa vinda de pessoas, querendo abrir empreendimentos aqui na nossa Colônia. Seria bom se os próprios moradores

tivessem essa visão do turismo e se atentassem a isso, e não pessoas de fora” (JAHN, 2013).

Estou indo com calma, com relação ao turismo, pois um turista falando para outro já lota o restaurante. Imagina se eu fizesse um site para isso! Talvez perdesse a minha tranquilidade. Quando eu aumentar meu espaço para eventos, que é meu sonho, com certeza vou investir mais em divulgação para o turismo (JAHN, 2013).

“Faz uns seis anos que estamos com o Restaurante Bela Vista aqui na Colônia. E o Restaurante, hoje em dia, é nossa fonte de renda principal, pois com os turistas a nossa margem de lucro é significativa” (JANZEN, L., 2013).

Percebe-se então, que os três tipos de turismo existentes na Colônia Witmarsum, como já salientados durante o texto são três: Turismo no Meio Rural, Turismo Cultural e Turismo Gastronômico. Sem hesitar, o Turismo Gastronômico, atualmente, é a atividade turística que mais atrai os visitantes. Todos os entrevistados deste trabalho, sem refletir muito, responderam que a motivação principal dos turistas é a procura do Café Colonial e da comida típica alemã, que a localidade oferece.

Diante de tudo que foi visto, se pode responder o Objetivo Geral deste trabalho, a situação atual da atividade turística na Colônia, é de um positivo crescimento, mesmo que gradativo, os moradores contam que cada ano que passa, a atividade turística aumenta e isso só traz melhorias para Colônia. É pertinente salientar que existiram mudanças positivas na Colônia Witmarsum, tanto na vida social, como na vida econômica dos moradores. Isto pode-se notar claramente durante as entrevistas, as quais já foram salientadas neste trabalho. Os empreendedores se atentaram ao turismo e perceberam que poderiam não como única fonte de renda, mas como fonte de renda extra, o que auxiliou bastante na oferta turística do local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já detalhado, no decorrer deste trabalho, pode-se afirmar que todos os resultados esperados foram alcançados. E constituem-se de grande valia, como pesquisa científica, tanto para conhecer melhor a Colônia Witmarsum quanto para a pesquisadora.

Nota-se também, que os moradores possuem um sentimento forte pela Colônia e estão animados com a entrada do turismo. Depois dessa entrada da atividade turística, eles obtiveram uma fonte de renda extra e sentiram certa valorização dos visitantes; é como se a cultura deles, fosse mais valorizada agora a partir da atividade turística.

Contudo, a Colônia ainda está em uma fase de adaptação, tratando da atividade turística em si, pois estão estudando como atender melhor a demanda de visitantes. O que se percebe é que eles ficam receosos quando chega uma quantidade significativa de turistas ao local.

Algumas vezes não possuem infraestrutura suficiente para atender a tantas pessoas ao mesmo tempo, como comentaram os próprios colonos. Contam que de vez em quando, chega algum turista com deficiência física, e isto acaba os deixando constrangidos por não possuírem uma infraestrutura adequada a esse visitante. Afinal de contas, o turismo dentro da Colônia é recente. Aos poucos, isso vai mudar, e os empreendedores vão se aperfeiçoar para melhor atender a todos os visitantes.

Em compensação, o que é notável também, além da infraestrutura, é que quando chega o visitante, os proprietários dos estabelecimentos recebem o turista com um sorriso no rosto e fazem com que se sinta a vontade. Essa é uma das coisas que mais cativam os turistas, um diferencial, concernente à hospitalidade – propriamente dita – para com os visitantes da Colônia Witmarsum.

É interessante pensar que a atividade turística vem acontecendo de forma natural, uns turistas comentam com outros, e, assim o crescimento da Colônia é gradativo; o que anima os proprietários e moradores.

Sem contar que esses visitantes vão até a Colônia com facilidade, tendo em vista o fácil acesso: o asfalto é regular; possui placas de sinalização, indicando onde ficam os estabelecimentos, pousadas, passeios, artesanatos etc. Isso facilita muito para o turista decidir aonde vai para sair da área urbana. Sem tal facilidade de

acesso, talvez o fluxo de turistas não fosse tão intenso quanto vem sendo com o passar dos anos.

O que deve ser salientado, para responder ao objetivo geral deste trabalho, é que a situação atual da atividade turística na Colônia Witmarsum, em Palmeira/PR, vem crescendo gradativamente. Ou seja, a situação atual é de crescimento e adaptação. E, pelo que consta: isso é positivo para o local, uma vez que oferece melhorias econômicas e sociais aos moradores.

Apreende-se que, o motivo que os levou a trabalhar com a atividade turística na Colônia, foi o fato de o turismo ter se tornado uma fonte de renda extra que auxiliou muito em tempos difíceis e vem auxiliando cada vez mais.

Portanto, diante de tudo o que foi exposto: a situação atual da Colônia Witmarsum é de forte crescimento turístico; E o Problema da Pesquisa: que era entender qual a situação atual do turismo com a Colônia Witmarsum, em Palmeira/PR, foi sanado, pois a conclusão deste entendimento foi de que, o turismo está entrelaçado com a Colônia nos dias de hoje, são fatores que estão caminhando juntos, subentendendo-se que só tende a crescer; tendo em vista a animação e empenho dos colonos para consolidar a atividade turística dentro da localidade.

Este trabalho encerra-se aqui, todavia salienta-se sobre a necessidade de novas pesquisas sobre o tema, buscando entender como se encontram as dinâmicas da comunidade e do turismo nos anos que seguem.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Luciano Medici. ENGEL, Arno. **Manual de Administração Rural: Custos de produção**. Ed. Guaíba: Agropecuária, 1999.

ARAUJO, Wilma Maria Coelho; TENSER; Carla Márcia Rodrigues. **Gastronomia: Cortes e Recortes**. Brasília: Editora SENAC. 2006.

BARCZSZ, Débora Silvestre; AMARAL, Franciely F. Azarias. **Turismo Gastronômico: A Percepção do turista na 18ª Festa Nacional do Carneiro no Buraco de Campo Mourão Estado do Paraná**. 2010. Disponível em: <[http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_\(PLT_33\).pdf](http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_(PLT_33).pdf)> Acesso em: 06 de junho de 2013.

BARRETO, Margarita; TAMANINI, Elizabete (Orgs.). **Redescobrimo a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002. IN: BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1997.

BARROCO, Lize Maria. BARROCO, Helio Estrela. **A Importância da Gastronomia como Patrimônio Cultural, no turismo Baiano**. TURYDES, 2008. Disponível em: < <http://www.eumed.net/rev/turydes/02/sbb.htm>> Acesso em: 07 de maio de 2013.

BRASIL CULTURA. **Cultura Gastronômica Brasileira**. Ed. Redação, 2010. Disponível em: <<http://www.brasilcultura.com.br/cultura/cultura-gastronomica-brasileira/>> Acesso em: 09 de maio de 2013.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo rural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo rural: orientações básicas**. / Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. **Marcos conceituais**. S/d. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br>> Acesso em: 29 de março de 2013.

CAMARGO, Flávio Lara. **Turismo rural ou turismo no espaço rural? (s/p)** Disponível em: <http://www.fmr.edu.br/publicacoes/pub_23.pdf> Acesso em: 03 de abril de 2013.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação**. São Paulo: editora SENAC, 2009.

COSTA, Laíssa Lima. **Gastronomia e Cultura: Um diálogo gastronômico através da cozinha paraense.** Niterói, 2011. Disponível em: < <http://tagcultural.com.br/wp-content/uploads/2012/04/0048.pdf>> Acesso em: 11 de maio de 2013.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural** – recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006

EURICH, Lucimara. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim.** Realizada em agosto de 2013.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo.** Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2008.

HAMM, Evelyn Daiane. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim.** Entrevista realizada em agosto de 2013.

IBGE. **Palmeira » infográficos:** dados gerais do município. Editora: Cidades. 2010
Disponível em:
< <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=411770>>
Acesso em: 17 de junho de 2013.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira thomson learning, 2003.

JAHN, Arlinda. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em agosto de 2013.

JANZEN, Evelyn Daiane. **Inventário Turístico e Cultural da Colônia Witmarsum.** Curitiba, 2005.

JANZEN, Katharina. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em agosto de 2013.

JANZEN, Ludwig. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em setembro de 2013.

KLIEWER, Benjamin. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em setembro de 2013.

LIMA, Sergio R. Ribeiro. **Ruralidade: O debate sobre o velho e o novo no meio rural.** Uesc. 2007.

LOWEN, Hulda Duck. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em setembro de 2013.

MINAS GERAIS. SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO. **Turismo Rural.** 2013.
Disponível em:
<<http://www.turismo.mg.gov.br/component/content/article/42/402-turismo-rural>>
Acesso em: 05 de junho de 2013.

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. **Interpretar o patrimônio: um exercício de olhar.** Brasília, Ed: UFMG, 2002.

PAULS JÚNIOR, Peter. (Org.). **Mennoniten in Brasilien.** Gedenkschrift zum 50 Jahr-Jubiläum ihrer Einwanderung 1930-1980. Witmarsum: Festkomitee für die Jubiläumsfeier, 1980.

PEREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural: Uma visão antropológica.** Sauzal Tenerife - España: ACA y PASOS, RTPC, 2009.

PHILLIPSEN, Heinz Egon. **Entrevista concedida à Sâmela C. Rocetim** Entrevista realizada em setembro de 2013.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e Desenvolvimento Local.** 2ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, Santiago R. **Segmentação do turismo.** Revista Turismo, agosto de 2003. Disponível em < <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/segmentacao.html>> Acesso em: 20 de março de 2012.

SEBRAE. **Colônia Witmarsum, em Palmeira, no Paraná, lança marca oficial.** 2011. Disponível em: <<http://www.pr.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=40&cod=1188>4744&indice=0>> Acesso em: 12 de abril de 2011.

SIEMENS, Udo. **Quem somos? A Saga Menonita rompendo a barreira cultural.** Curitiba, Editora Evangélica Esperança, 2010.

SOARES, Joécio Gonçalves. Turismo na colônia de Witmarsum, Palmeira-PR: fomento externo e estrutura interna. In.: LLERA, Francisco. BAUTISTA, Elizabeth (orgs). **Comunidades menonitas de Mexico y Brasil: influencia y aportaciones.** Universidade Autonoma de Ciudad Juarez: Mexico, 2013.

SOUSA, Luziana da Silva. **O Turismo Rural: Instrumento para desenvolvimento sustentável.** 2012. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=Td2ab1IDYTUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>> Acesso em: 30 de maio de 2013.

SOUZA, Jaqueline Fabris de. **Uma proposta de turismo histórico-cultural para o município de Itajaí – Santa Catarina: A valorização do patrimônio histórico protegido pela fundação Genésio Miranda Lins.** Instituto Cenesista Fayal de Ensino Superior Itajaí (SC), 2006. Disponível em: < <http://www4.ifes.com.br/biblioteca/repbib/000000/0000002D.pdf>> acesso em: 10 de maio de 2013.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética.** São Paulo: Aleph, 2000.

TURATTI, Alexandre, de Rose. **Turismo: Planejamento e marketing.** Barueri- SP. Editora: MANOLE, 2012.

VIEIRA, Daniella de Deus. **Turismo como alternativa de desenvolvimento para o meio rural:** A modernização da agricultura. 2004. Disponível em: < <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/rural.html> > Acesso em: 04 de junho de 2013.

APÊNDICE

Roteiro de Entrevista

- 1- Como se forma a Colônia Witmarsum? Qual sua história, como surge?
- 2- Quem foram as primeiras famílias a residir na Colônia? Onde estas famílias residiam antes?
- 3- Em que essas famílias trabalhavam? Quais eram suas atividades?
- 4- As famílias permaneceram na Colônia? (Se saíram, por quê?)
- 5- Nos últimos anos, houve chegada de novas famílias ou há mais saída de pessoas?
- 6- Quais foram os primeiros movimentos referentes ao trabalho com turismo na Colônia?
- 7- Quais foram os motivos que os levaram a trabalhar com a atividade turística?
- 8- Como ocorrem as atividades envolvendo o turismo?
- 9- Houve alguma iniciativa /apoio do poder público para iniciar as atividades?
- 10- Atualmente, como é a atuação do Poder Público na comunidade?
- 11- Qual a importância do Turismo na Colônia nos dias atuais, para você?
- 12- A renda advinda do Turismo é a principal?
- 13-Tendo em vista os últimos anos, o andamento da atividade tem melhorado, recebem mais visitantes?
- 14- Qual é a sua opinião quanto à continuidade da atividade turística na comunidade?