

SOUVENIRS ÉTNICOS NO DESTINO TURÍSTICO DE PRUDENTÓPOLIS-PR

Marcela Alessandra Bonete

Graziela Scalise Horodyski

RESUMO: O consumo de *souvenirs* faz parte das atividades mais realizadas pelos turistas ao redor do mundo. Este trabalho tem como objetivo caracterizar os *souvenirs* étnicos do destino turístico de Prudentópolis. Para obter informações e dados precisos e significativos para a escrita desse artigo foi feito pesquisas de campo no município, onde foi visitado lojas que comercializam *souvenirs*. Foi observado nos resultados que existe a presença de *souvenirs* vindos da Ucrânia o que faz fortalecer a cultura local, pois a colonização de Prudentópolis é formada por um grande número de pessoas descendentes e vindos da Ucrânia e também foram encontrados inúmeros produtos com identificação local como alguns bordados e pessânkas, que tem relação com a cultura local e que demonstram o potencial turístico cultural de Prudentópolis através desse artesanato.

Palavras-chave: Turismo; Consumo Turístico, *Souvenirs* étnicos.

ABSTRACT: El consumo de souvenirs es parte de las actividades más realizadas por los turistas alrededor del mundo. Este trabajo tiene como objetivo caracterizar los souvenirs étnicos del destino turístico de Prudentopolis. Para obtener informaciones y datos precisos y significativos para escribir este artículo se hicieron trabajos de campo en el municipio, donde se visitaron tiendas que comercializan souvenirs. Fue observado en los resultados que existe la presencia de souvenirs traídos directamente de Ucrania, lo cual fortalece la cultural local, pues la colonización de Prudentopolis es formada por un gran número de personas descendientes de Ucrania. y también se han encontrado numerosos productos con la identificación local, como algunos bordados y pessankâs, que está relacionado con la cultura local y que demuestra el potencial del turismo cultural de Prudentópolis través de este arte.

Palabras-Claves: Turismo; El Consumo Turístico; Souvenirs Étnicos.

INTRODUÇÃO

A diversidade cultural do estado do Paraná apresenta-se como atrativo para atividade turística, destacando a cultura de diversas etnias que são preservadas em diversas colônias de imigrantes. No município de Prudentópolis- PR a cultura dos imigrantes ucranianos está presente no cotidiano da comunidade e se manifesta de forma material e imaterial, destacando-se na produção de *souvenirs* étnicos comercializados aos seus visitantes (GUÉRIOS 2008).

O mercado de *souvenirs* existe na maioria dos destinos turísticos do mundo, configurando- se em uma parte importante na composição de produtos turísticos culturais (EJARQUE, 2005), considerando que “ as compras são uma parte

importante das atividades de qualquer turista” (GOELDNER et al, 2002 *apud* HORODYSKI, 2014) e contribuem com a economia local (HORODYSKI, 2014).

Souvenirs consistem em quaisquer produtos consumidos pelas pessoas durante as suas experiências turísticas em lojas e outros espaços destinados a este fim, ou adquiridos/coletados no local, sem necessariamente uma relação comercial (HORODYSKI, 2014).

É importante compreender quais produtos pertencem ao universo dos *souvenirs* e para isso, há categorias e características destes produtos (SWANSON, 2004; OH et al, 2004; GORDON, 1986) optando-se pelo modelo de Gordon (1986), que abrange maior quantidade de produtos, a citar: produtos pictóricos; réplicas e ícones; produtos com marca; objetos *piece of the rock*, *produtos locais*.

Existem diversos produtos comercializados como *souvenirs*, o que torna esse mercado relevante nos destinos turísticos. Nyffenegger (2010) cita que os turistas norte americanos gastam de 33% a 56% do seu orçamento em compras, sendo que parte disso é gasto em lembranças. Wicks et al (2004) afirmam que o turismo pode fomentar a produção de artigos locais, oportunizando a criação de pequenas empresas de produção e comercialização de souvenir, contribuindo com a geração de trabalho e renda. Por isso, defendem que a produção de *souvenirs* pode gerar riquezas aos autóctones, que a partir da valorização da matéria-prima da região, também pode tornar-se parte da atração turística local (MOSCARDO, 2004). Middleton e Clarke (2002) acrescentam que são os pequenos empreendimentos que geram mais experiências positivas aos turistas, e possivelmente definem a sua percepção e satisfação em relação a um destino. A oferta de *souvenirs* pode ser feiras livres, conhecidas por “ feirinhas de artesanato”, sendo em sua maioria, pequenos empreendimentos, que permitem um contato maior entre a comunidade e os turistas.

Considerando a importância da oferta de *souvenirs* para a experiência do turista em Prudentópolis, e a relevância deste tipo de produção para a economia local, este estudo parte da seguinte problemática: como é caracterizada a oferta de *souvenirs* no destino turístico Prudentópolis-PR? E para a resolução desta problemática temos como objetivo geral caracterizar a oferta de *souvenirs* no Destino turístico de Prudentópolis- PR por meio dos objetivos específicos que serão

analisar e caracterizar o destino e também identificar produtos ofertados como *souvenirs* no destino de Prudentópolis. A elucidação deste problema pode contribuir com o avanço nos estudos sobre os *souvenirs* na atividade turística, campo de estudo ainda incipiente, e, ao mesmo tempo, trazer contribuições para os produtores locais, visando uma melhor forma de oferta e comercialização, contribuindo com este mercado no município de Prudentópolis-PR.

CONSUMO TURÍSTICO

O consumo turístico é um dos fatores que mais movimenta a economia dos países e cidades visitadas, o turista só não gasta em alimentação e hospedagem, mas também com lembranças que levam dos lugares por onde passam. Segundo Horodyski (2014) o *souvenir* pode ser denominado como qualquer lembrança comercializada e não apenas um artesanato, pois a experiência turística envolve uma série de atividades que geram sensações e emoções diversas as pessoas, desde a expectativa da escolha de um destino e o usufruto da viagem, até o retorno ao local de origem e a recordação das experiências vivenciadas. “ O turismo é um fenômeno que promove diversas mudanças nas localidades onde ocorre. Assim como as mudanças econômicas e as alterações nos espaços, ele também pode modificar o modo de vida das populações envolvidas com a atividade turística (HORODYSKI 2006, P.6)”.

MUNICÍPIO DE PRUDENTÓPOLIS

O município de Prudentópolis é muito conhecido hoje pelas suas belezas naturais e também por sua imigração ucraniana. Segundo Michalowski (2005) a cidade tem 75% da população ucraniana, pois no começo da colonização o governo enviou muitos ucranianos para ali viverem, pois havia muitas terras e pouca mão de obra. No descobrimento a cidade se chamava São João do Capanema, mas depois como homenagem ao presidente da república Prudente de Moraes passou a ser chamar Prudentópolis, como é conhecida até hoje. (ANTONIO E CARDOZO 2008) Foi no período de 1896 que chegou ao Brasil a primeira leva de imigrantes

ucranianos, sendo registrada a imigração de 1.500 famílias, aproximadamente 8 mil pessoas para Prudentópolis. Pontarolo e Grechinski (2015 p.4) Prudentópolis localiza-se na região Centro-Sul do Estado do Paraná e faz divisas com os municípios de Candido de Abreu, Ivaí, Guamiranga, Irati, Guarapuava e Turvo. A distância entre a capital do estado de Curitiba até o município é de 200,88 km. Segundo o caderno estatístico do Município de Prudentópolis desenvolvido pela Ipardes a área territorial do município é de 2.242,466 km² e o município apresenta 48.792 habitantes (IBGE,2010), sendo destes 56% rurais e 44% urbanos.

FIGURA 1: Mapa do Município de Prudentópolis



Fonte: Site do Salto Sete, 2016.

O território do município apresenta uma gama de atrativos naturais que possibilitam a prática da atividade turística. É conhecido internacionalmente e nacionalmente como “A terra das cachoeiras gigantes” e apresenta mais de cem cachoeiras catalogadas em seu território (PONTAROLO E GRECHINSKI, 2016).

Segundo Pontarolo e Grechinski a cidade também zela muito pela cultura ucraniana, preservam igrejas, museus e os artesanatos ucranianos que nesse caso são as pessânkas e os bordados, e o predomina também é a gastronomia ucraniana até os dias de hoje.

O ARTESANATO E O TURISMO

O turismo com o artesanato são assuntos MUITAS VEZES CORRELATOS, os seguintes autores referenciam dessa forma:

O turismo é um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais relevantes neste princípio de século XXI, seja pelo aumento no tempo livre disponível a realização de atividades ligadas ao lazer e ao ócio; seja pela necessidade humana de se refugiar em outros espaços geográficos que não façam parte de seu cotidiano (ARRUDA;MARIANI; SAUER; OLIVEIRA; CASTILHO; 2013; p. 663).

Segundo Horodyski e Mascarenhas (2008; p.6) O turismo pode promover diversas mudanças no local que ocorre, pois assim como ocorre algumas alterações no espaço e mudanças na economia também pode alterar a vida das pessoas que trabalham com a atividade turística. Prudentópolis é uma das cidades do Paraná que se destaca na arte ucraniana, principalmente na confecção de *pêssankas* (NIKOLAS CORRENT).

SOUVENIRS

O termo *souvenirs* foi adotado neste trabalho para quaisquer produtos consumidos pelas pessoas durante as suas experiências turísticas em lojas, feiras, ou outros locais destinados a este fim. Verifica-se que existem temáticas que compõem a dimensão do turismo e que também são desprezadas pelos próprios pesquisadores da área, possivelmente por serem consideradas de pouco valor científico, como é o caso da pesquisa do souvenir (HORODYSKI; MANOSSO; E GÂNDARA; 2014; p. 6).

O mercado de *souvenirs* existe na maioria dos destinos turísticos do mundo, configurando-se em uma " indústria de recordações" (SCHLUTER, 1998), assim sendo, as empresas cada vez mais buscam estratégias para a criação de marcas emocionais, já que a importância e notoriedade estarão centradas na conquista da interação entre mentes e emoções dos clientes. (GUZMAN; JÚNIOR; SANTOS; 2010, p. 4)

Neste trabalho adotamos a terminologia souvenir para quaisquer produtos consumidos pelas pessoas durante a experiência turística em lojas e outros espaços destinados a este fim. Possivelmente porque o termo “ souvenir” é considerado pejorativo, afinal, “ em grande parte as críticas ao comércio de *souvenirs* giram em torno de sua inautenticidade e efemeridade” (MACHADO e SIQUEIRA, 2008, p. 4). Para alguns pesquisadores o souvenir é tido como algo banal e sem uma função clara, que faz com que o turista gaste excessivamente com essa compra.

O fato que é que se o consumo de *souvenirs* está presente no mercado turístico de forma universal, há, logicamente, um significativo interesse na aquisição destes objetos, que se constituem em uma gama variada de bens, relacionados aos espaços visitados e as experiências individuais dos turistas (HORODYSKI, 2012, p. 3). Por este motivo, Gordon (1986) entende que a compreensão do souvenir exige, necessariamente, a compreensão do turismo, afinal, o desenvolvimento deste mercado se deu com o início dessa atividade (SCHLUTER, 1993). Swanson (2004) entende que o souvenir é associado ao turismo no mundo todo, com o objetivo de preservar de forma palpável uma experiência vivida, sendo assim, uma prova tangível de que se visitou determinado espaço. Para a autora, trazer lembranças de volta de uma viagem prolonga a experiência turística vivida.

METODOLOGIA

Esta pesquisa consistiu em um estudo exploratório que analisou a oferta de *souvenirs* desde diversos campos de conhecimentos, que incluem o turismo, a geografia, o marketing e o design, caracterizando o estudo como multidisciplinar. Para atingir os objetivos propostos, foram necessários estudos bibliográficos e pesquisas de campo. A pesquisa bibliográfica (GIL, 2002), é um processo essencial para a compreensão inicial do tema a ser pesquisado, com o objetivo de conhecer os estudos e autores de referência na área.

Para iniciar a pesquisa bibliográfica fui orientada a fazer um fichamento, pois assim iria buscar quais os artigos acadêmicos publicados poderiam me auxiliar na pesquisa. Sendo assim procurei vários autores, e de imediato apenas coloquei no

fichamento autores que poderiam acrescentar na escrita do artigo. Após isso, inicie a leitura de alguns livros e artigos que falavam sobre “o que é consumo”.

Já a pesquisa de campo foi essencial para a coleta de dados analisada conforme a teoria previamente estudada. Chiapetti (2010) afirma que a pesquisa de campo é fundamental para que o próprio pesquisador vá a campo para coletar informações necessárias, pois esta vivência é parte da compreensão que se deve ter para realizar a análise. Para o desenvolvimento deste estudo foram definidos como locais específicos para aplicação da pesquisa os pontos de comercialização de *souvenirs* do destino Prudentópolis, que consiste em feiras e lojas de artesanato.

A pesquisa de campo foi organizada de forma a se coletar os dados conforme os objetivos deste estudo, visando a categorização e análise conforme as variáveis: produtos pictóricos, réplicas e ícones, produtos com marca, objetos *‘piece of the rock’*; produtos locais. Dessa forma foi feito primeiramente um roteiro da cidade e logo em seguida um levantamento das lojas de artesanatos. Quando fomos até o município fizemos nossa primeira parada no Centro de Informações Turísticas localizado bem no centro da cidade. Nesse centro conseguimos importantes informações e também tivemos a oportunidade de conhecer o guia da cidade que se dispôs a nos acompanhar na visita, facilitando assim para nós o roteiro e esclarecendo algumas dúvidas.

Primeira loja visitada foi a loja de artesanatos, onde a dona do comércio é uma moradora da cidade e que faz a maioria dos artesanatos, nessa loja encontramos chinelos trabalhados e enfeitados com pedras, panos de prato, crochê, caixas de m.d.f, almofadas. Essa loja oferece inúmeros *souvenirs* para os turistas levar para casa, porém a maioria não tem identificação da cidade.

Segunda loja visitada foi a Machula onde a maioria dos produtos vem direto da Ucrânia, nesse estabelecimento é possível encontrar diversas variedades desde uma bata bordada até xícaras e outras louças com estampas étnicas. Pode-se dizer que a loja se destaca pelo número de produtos e também por serem vindos diretamente do país onde hoje a cidade é habitada por descendentes de imigrantes ucranianos, isso agrega valor a cultura local.

A maioria dos produtos tem identificação local. Terceiro local visitado foi o Museu do Milênio onde fomos recepcionadas por duas senhoras de muita simpatia,

que nos acolheram da melhor forma e se dispuseram a nos contar toda a história da imigração até os tempos de hoje, e também explicaram todo o significado do artesanato como: as cores e o significado das pessânkas e também dos bordados. Nesse museu é possível encontrar revistas que relatam detalhadamente os feitos dos bordados. Essas senhoras tem uma grande importância para cidade, além de preservar toda a história também apoiam os artesãos a dar continuidade nos artesanatos e bordados para assim manter a cultura da cidade.

A coleta de dados exigiu várias visitas a cada localidade envolvida neste estudo, e assim foram verificados os *souvenirs* ofertados em espaços comerciais e acessíveis aos turistas que visitam o destino turístico em estudo. A partir da coleta e a organização de dados, foi realizada uma análise sob a técnica de emparelhamento teórico (LAVVILE e DIONE, 1999).

RESULTADOS

O objetivo do seguinte trabalho era caracterizar a oferta de *souvenirs* no destino de Prudentópolis no estado do Paraná. Dessa forma temos como resultados obtidos as observações feitas durante a pesquisa de campo. Podemos exibir abaixo uma tabela dos produtos verificados nas localidades comerciais que são vendidos na cidade.

TABELA 1: Produtos da Loja de Artesanatos

PRODUTO	MATERIAL INDUSTRIAL	TÉCNICA	REFERÊNCIA CIDADE	REFERÊNCIA CULTURAL
Tapetes	Crochê	Mão de obra	Não	Não
Chinelos customizados com pérolas	Havaianas e plástico	Mão de obra	Não	Não
Caixas MDF	MDF	Mão de obra	Não	Não
Bonecas	Tecido e plástico	Mão de obra	Não	Não
Almofadas	Tecido e bordado	Mão de obra	Não	Sim
Pano de prato	Tecido	Mão de obra	Não	Não
Pano de prato Bordado	Tecido e bordado	Mão de obra	Sim	Sim

Trilho de mesa com crochê	Fio (crochê)	Mão de obra	Não	Não
Bolsas pequenas em diversas estampas	Tecido	Mão de obra	Não	Não
Casinha de madeira para enfeite	Madeira	Mão de obra	Não	Não

TABELA 2: Produtos da Loja Machula

PRODUTO	MATERIAL INDUSTRIAL	TÉCNICA	REFERÊNCIA CIDADE	REFERÊNCIA CULTURAL
Chaveiro Babuska	Madeira	100% industrial	Não	Sim
Xícara	Porcelana	100% industrial	Sim	Sim
Ímã de geladeira	Porcelana	100% industrial	Sim	Não
Pratos desenhados	Porcelana	100% industrial	Não	Não
Bolsas	Tecido	100% industrial	Sim	Não
Pêssankas	Ovos coloridos	Mão de obra	Não	Sim
Imagens de santos em ovos de madeira	Madeira	100% industrial	Não	Sim
Porta lápis	Porcelana	100% industrial	Não	Sim
Batas bordadas	Tecido	Mão de obra	Não	Sim
Babuskas	Madeira	Mão de obra	Sim	Sim
Travessas	Porcelana	100% industrial	Não	Não

TABELA 3: Lista de Produtos da Feirinha do Projeto “ Prudentópolis Tem”

PRODUTO	MATERIAL INDUSTRIAL	TÉCNICA	REFERÊNCIA CIDADE	REFERÊNCIA CULTURAL
Pano de prato bordado	Tecido e bordado	Mão de obra	Sim	Sim
Trilhos de mesa bordado	Tecido e bordado	Mão de obra	Sim	Sim
Casa de madeira para enfeite	Madeira	Mão de obra	Sim	Não
Chaveiros	Plástico	Industrial	Sim	Não
Chaveiros de babuskas	Madeira e pintura	Mão de obra	Sim	Sim
Bolachas caseiras	Farinha	Mão de obra	Sim	Não

TABELA 4: Produtos Gastronômicos encontrados no Chalé Colonial Costenaro

PRODUTO	MATERIAL INDUSTRIAL	TÉCNICA	REFERÊNCIA CIDADE	REFERÊNCIA CULTURAL
Pano de prato bordado	Tecido e bordado	Mão de obra	Sim	Sim
Trilhos de mesa bordado	Tecido e bordado	Mão de obra	Sim	Sim
Casa de madeira para enfeite	Madeira	Mão de obra	Sim	Não
Chaveiros	Plástico	Industrial	Sim	Não
Chaveiros de babuskas	Madeira e pintura	Mão de obra	Sim	Sim
Bolachas caseiras	Farinha	Mão de obra	Sim	Não

As tabelas acima mostram a grande lista de produtos que são vendidos, porém pode-se analisar que muitos desses produtos não possuem a identidade local do município, o que atrasa de certa forma o reconhecimento local da cidade e também a economia local juntamente com o turismo que poderia já está ocorrendo na cidade. Pode-se perceber que artesãos juntamente com autoridades da cidade como a prefeitura e a secretária municipal de Turismo, Cristiane Boiko tentam caracterizar e ressaltar a importância que o souvenir e os artesanatos feitos são importantes para o desenvolvimento na cadeia turística da cidade. Pelas visitas feitas podemos ver que o município se encaminha para dar um passo avançado, reconhecendo o valor dos artesanatos e seus artesãos.

CONCLUSÃO

Por meio da pesquisa realizada, foi possível concluir que os turistas que visitam a cidade acabam se envolvendo seja diretamente ou indiretamente com a história local, pois é um município que tem um grande potencial em questão histórica e também de patrimônio, pois toda a sua formação de raízes, línguas, roupas, danças e comidas típicas ainda são mantidas. E o artesanato é quem ganha muito com isso, pois o envolvimento do turista cria um interesse e um sentimento maior pelos *souvenirs* vendidos. Pode-se afirmar que o projeto “ Prudentópolis tem” é uma ótima iniciativa, pois ali os artesãos ganham grande influência para continuar

fazendo seus artesanatos e também gera um desenvolvimento regional para o fortalecimento da economia local.

A identificação dos produtos dentro desse projeto é algo que deve ser ressaltado pois é isso que faz com que o turista reconheça o souvenir local. Nas lojas visitadas alguns produtos vem da Ucrânia, o que faz com que uma pessoa que tenha uma história relacionada ao povo ucraniano como por exemplo avós, bisavós e hoje é descendente, compre com um valor sentimental. Porém muitos objetos vendidos na cidade ainda não tem identificação, apenas são vendidos nas lojas.

Concluimos assim que caracterizar um produto local é algo de extrema importância no âmbito turístico e na comercialização dele. Pois a partir disso se cria um marketing antes da venda, durante e após. O que faz com o que o produto se torne cada vez mais conhecido e consumido pelos turistas. A iniciativa das feirinhas do projeto “ Prudentópolis tem” é algo importante que vai ajudar na evidência do trabalho que estão executando para o desenvolvimento econômico e turístico da cidade de Prudentópolis.

A grande dificuldade e limitação encontrada no decorrer do artigo foi encontrar autores que embasassem o tema *souvenirs*, mesmo sendo um mercado que cresce muito e está diretamente envolvido com a experiência do turista a um local, ainda são poucos autores que fazem pesquisas nessa área. A sugestão de um estudo futuro seria estudar a experiência do turista durante a visita no destino do município de Prudentópolis. Saber como ela chega até hoje, porquê vai até, o que procura, qual a sua expectativa, porquê realiza a compra dos souvenirs que a cidade tem.

REFERÊNCIAS

CORRENT, N. História e o Simbolismo das Pêssankas e a Permanência da Cultura Ucraniana em Prudentópolis-Pr. **Revista Café com sociologia**, v.4, n.1, p. 01-16, 2015.

COUGHLAN, A.T; Anderson, E; STERN, L.W; EL-ANSARY, A.I. **Canais de Marketing e Distribuição**. 6.ed. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2001.

CUSTÓDIO, R.B. **A Influência das Intervenções Urbanísticas na Atividade Turística da Cidade de Curitiba**. 150 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2006.

FREIRE, A.L. O Desenvolvimento do Comércio e a Produção do Espaço Urbano. **Revista Geotextos**, v. 06, n.02, 2010.

GORDON, B. **The Souvenir: Messenger of The Extraordinary**. Journal of Popular Culture, 20(3), 135-146, 1986.

GUZMÁN et al. Turismo de Experiência: Uma Proposta para o Atual Modelo Turístico em Itacaré-Bahia. **Revista Cultura**. Ano 05, nº01, 2011.

HORODYSKI, G.S. **Artesanato dos Campos Gerais do Paraná**. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2006.

HORODYSKI, G.S.; Manosso, F.C.; Bizinelli, C.; Gândara, J.M.G. Souvenirs Gastronômicos como Lembranças de Viagem: Um Estudo de Caso em Curitiba – Brasil. **Revista Internacional e Interdisciplinar de Turismo**, nº02. p. 16, 2014.

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. **Pesquisa de Demanda Turística, Perfil e Opinião – Curitiba – 2009**. Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

IPARDES. **Caderno Estatístico Município de Prudentópolis**. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=84400>>. Acesso em: 05 abr. 2016.

KOTLER, P. **Marketing para o Século XXI: Como Criar, Conquistar e Dominar Mercados**. São Paulo: Ed. Futura, 1999.

MACEDO, C.L; NASCIMENTO, M.A.L; DANTAS, A.V.S. Artesanato em Minerais e Rochas: Nova Forma de Divulgação do Geoturismo do Rio Grande do Norte. **Revista Global Tourism**, V. 03, nº. 02, 2007.

MACHADO, P.S. e SIQUEIRA, E.D. Turismo, Consumo e Cultura: Significados e Usos Sociais do Suvenir em Petrópolis-RJ. **Revista Contemporânea**. V.1. n.10, 2008.

MEDEIROS, F. B.; CASTRO, C. A Cidade e seus Souvenirs: O Rio de Janeiro para o Turista Ter. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 1, n. 1, p. 34-53, set. 2007.

MIDDLETON, V. e Clarke, J. (2002), **Marketing de Turismo**, Campus, Rio de Janeiro. **Ministério da Economia e Inovação** (2009), “Decreto-Lei n.º 108/2009”, Diário da República, 1.ª série, N.º 94, 15-5-2009, pp. 3035-3045.

MICHALOUSKI, R.L. **Propostas de Roteiros Turísticos em Prudentópolis-Pr.** 2005, 62 f., Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2005.

POUSADA SALTO SETE. **Prudentópolis.** Disponível em: <<http://saltosete.com.br/>>. Acesso em: 08 mai. 2016.

PONTAROLO, L. GRECHINSKI, P. A Gastronomia Ucraniana em Prudentópolis-Pr. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU Foz do Iguaçu, 2015, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: UEPG, 2015. p. 1-16.

REIS, J. R. "Lembrei-me de você": o consumo de souvenirs atribuindo significado à viagem turística." **Anais** do V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Belo Horizonte (2008).

RICCI, F. SANT, R. "Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal SP. CULTUR. **Revista de Cultura e Turismo** 3.1 (2009): 92-110.

SCHLUTER, R.G. The Role of T-Shirts in the Creation of Tourists Destination Images. **Revista Estudios y Perspectivas en Turismo.** Vol. 07, 1998.

SCHLÜTER, R. G. The Role of T- shirts in the Creation of Tourist Destination Images. Studies and Perspectives in Tourism - **Electronic Journal**, nº01 Vol. 7. Buenos Aires, 1998.