

**TURISMO RURAL NO SUDOESTE DO PARANÁ: ANÁLISE DA REALIDADE E
POSSIBILIDADES POR MEIO DE *STAKEHOLDERS***

**RURAL TOURISM IN SOUTHWEST OF PARANÁ: ANALYSIS OF THE REALITY
AND POSSIBILITIES THROUGH *STAKEHOLDERS***

Ana Paula Perardt Farias

Alan Aparecido Guizi

RESUMO: Neste artigo buscou-se "Identificar as realidades e possibilidades do turismo rural no Sudoeste do Paraná", para isso, estabeleceu-se como problemática de pesquisa: "Quais são as realidades e possibilidades do turismo rural no Sudoeste do Paraná?" Este artigo exploratório-descritivo tem como método, consultas em artigos, dissertações, teses, documentos online sob os conceitos selecionados em: turismo; turismo rural; *stakeholders*, Sudoeste do Paraná. Utilizou-se instrumento de pesquisa semiaberto para aplicação em representantes do turismo rural no Sudoeste do Paraná, sendo escolhidos duas pessoas do setor de turismo da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Paraná (Emater-PR) e, o presidente do Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do Sudoeste do Estado do Paraná (SHBRS). As respostas obtidas pelos três entrevistados foram analisadas conforme as etapas propostas Bardin (2011) de análise de conteúdo apresentando-se, ao final, os resultados em forma de quadros. Observou-se que o turismo no Sudoeste do Paraná, está em um nível incipiente, representando parceria de renda para poucas famílias produtoras rurais que participam de áreas de circuitos turísticos em municípios de maior porte.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Rural; *Stakeholders*; Sudoeste do Paraná; Paraná.

ABSTRACT: This article seeks to "identify the realities and possibilities of rural tourism in southwestern of Paraná," for it, was established as a research problem: "What are the realities and possibilities of rural tourism in southwestern of Paraná". This exploratory and descriptive article has as method research in articles, dissertations, theses, online documents about the concepts selected: tourism; rural tourism; *stakeholders*, Parana Southwest. Was used semi-open research tool for application to representatives of rural tourism in southwestern of Paraná, being chosen two of the tourism sector of Technical Assistance and Rural Extension Enterprise of the State of Paraná (Emater-PR) and the president of the Union of Hotels, Bars, Restaurants and Similar of Paraná Southwest (SHBRS). The answers obtained by the three respondents were analyzed according the steps proposed by Bardin (2011) in content analysis showing, in the end, the results in frames report. It was noted that tourism in southwestern Paraná, is an incipient level, representing partnership income for few rural farming families who participate in tours of areas in larger cities.

Keywords: Tourism; Rural Tourism; *Stakeholders*; Southwestern of Paraná; Paraná.

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade abrangente e complexa e está ganhando cada vez mais espaço e visibilidade, principalmente pela sua potencialidade em aspectos

sociais, culturais, e turístico. A busca pelo lazer, entretenimento e recreação fazem com que pessoas se desloquem em busca de novas experiências por meio do turismo.

Também, por meio da apropriação, produção, comercialização, venda e consumo de territórios, paisagens, tradições e experiências, essa perspectiva do turismo cumpre o papel central de “criar demanda massiva para locais ou experiências específicas, bem como fornecer acomodações e transporte para servir a essa demanda” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2003, p. 205), sob a lógica de mecanismos cada vez mais sofisticados de mercado, objetivando a formatação de destinos turísticos para as populações residentes em cidades que possuem potencial turístico e, por consequência, a geração de lucro, além da divulgação desses locais.

Por isso, a ampliação do turismo e o alcance de novas práticas e segmentos, dentre eles o turismo rural, é uma opção cobiçada para aqueles que buscam fugir da vida agitada das grandes cidades, pois procura atender pessoas que são atraídas pelo ambiente no campo, o contato com as comunidades do interior e vivenciar seu modo de vida local. A experiência desse modo de vida local faz criar sensações e sentimentos nas pessoas que o visitam, e que experimentam as tradições bem como os costumes.

O objeto desse estudo foi a região Sudoeste do Paraná. A região conta atualmente com uma população de 565.392 habitantes, segundo dados do ano de 2007 do IBGE, o que corresponde a 5,5% da população do Paraná. São quarenta e duas cidades no total, sendo que as principais são Francisco Beltrão, Pato Branco, Palmas e Dois Vizinhos, as quais funcionam como polos microrregionais e concentram a maior parte da infraestrutura urbana, além de equipamentos e serviços de apoio ao turismo (AGENCIA SUDOESTE, 2016).

Através do que foi abordado chegou-se a seguinte problemática: Quais são as realidades e possibilidades do turismo rural no sudoeste do Paraná? Para responder tal problema, lançou-se como objetivo geral: Identificar as realidades e possibilidades do turismo rural no sudoeste do Paraná. Logo, os objetivos específicos são: a) Identificar a participação dos *stakeholders* ligados à atividade turística; b) Constatar se, segundo os entrevistados, o número de turistas que

visitam o Sudoeste já é suficiente; e, c) Conhecer ações público e privadas que resultariam em melhorias em turismo para a região.

Este estudo qualitativo de caráter exploratório, teve como metodologia as pesquisas bibliográficas sobre os conceitos selecionados em turismo, turismo rural, *stakeholders*, Sudoeste do Paraná em artigos, dissertações, teses e documentos online para fundamentação teórica, divididas nas seções de estudo: 1) O turismo no meio rural; 2) Stakeholders e a atividade turística.

O segundo passo deste estudo pautou-se em estudo de caso que, segundo Dencker (2007, p. 155), consiste no “estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou situações. Permite o *conhecimento em profundidade dos processos e das relações sociais*”. Portanto, utilizou-se neste estudo a região Sudoeste do estado do Paraná, de modo a contribuir com as compreensões dos temas discutidos.

Para esta etapa, utilizou-se instrumento de pesquisa semiaberto para aplicação em representantes do turismo rural no Sudoeste do Paraná, sendo escolhidos Sueli Baldo e Ivaldete Zarpellon, do setor de turismo da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Paraná (Emater-PR) e, Leonardo Camozatto, do Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do Sudoeste do Estado do Paraná (SHBRS).

As respostas obtidas foram analisado conforme a teoria de análise de conteúdo de Bardin (2011), seguindo-se as três etapas propostas pela autora sendo elas: 1) Pré-análise: transferindo-se para o roteiro de entrevista os temas estudados, categorizando-se os temas de discussão; 2) Organização dos temas de igual conteúdo: organizou-se os conteúdos obtidos em forma de quadros e apresentados ao final do estudo na seção estudo de casos; 3) Interpretação e análise conteúdo: por meio dos quadros, buscou-se tornar estes resultados “falantes”, de modo que fossem válidos para a resposta da problemática proposta e do objetivo geral de estudo.

Com isso, realizou-se a seção: 3) Objeto de estudo: Sudoeste do Paraná. Nesta seção estão contidas as análises de conteúdo obtidas por meio das pessoas contatadas intitulando-se: 3.1) Realidades e possibilidades do turismo rural no Sudoeste do Paraná.

E por fim, as considerações finais, onde responde-se a problemática de pesquisa, demonstra-se o atingimento do objetivo geral, e indica-se o caminho para pesquisas futuras.

1. O TURISMO NO MEIO RURAL

O turismo está presente na sociedade atual, como consequência da utilização do tempo voltado para outras atividades que não fosse o trabalho. Com o passar do tempo, no século XX, o trabalhador transformou em hábito a busca pelo lazer, entretenimento, recreação, em outras localidades que não fosse sua residência. Sendo assim, o trabalhador nessa nova relação social, acrescenta o seu descanso remunerado, a oportunidade de viajar, estimulando o fenômeno turístico (CÉSAR, 2011).

Por isso, o turismo pode ser definido como movimento temporal de pessoas a destinações distantes do seu local de residência e trabalho, e as atividades desenvolvidas durante sua estada em tais locais são criadas para satisfazer suas necessidades. (MATHIESON; WALL, 1992 *apud* CÉSAR, 2011).

Dentre os vários segmentos da atividade turística, o turismo rural é um dos destaques, pois objetiva atender pessoas de grandes centros urbanos que são atraídas pelo ambiente no campo, o contato com a fauna e flora, o modo de vida das comunidades, a simplicidade, o ar puro, a prática de esportes radicais, entre outras formas de promover o lazer e bem-estar (PERINOTTO, 2008).

O turismo rural consiste no aproveitamento turístico do conjunto de componentes existentes no espaço rural, incluindo aqueles basicamente rurais e culturais (sobretudo o patrimônio arquitetônico). Além de incluir elementos da natureza e até mesmo outras formas de turismo alheias ao ambiente rural (SANTOS; SOUZA, 2010). Segundo Perinotto (2008), são desenvolvidas em ambiente rural atividades como ecoturismo, turismo de base comunitária, turismo de aventura, turismo pedagógico, entre outros.

Todavia, Camargo (s/a) relata os elementos básicos da atividade de turismo rural que devem estar obrigatoriamente em harmonia com os seguintes interesses: da comunidade local, do turismo e do meio ambiente. A harmonização destes

fatores significa garantir a sustentabilidade da atividade através dos três elementos básicos: elementos culturais, elementos ecológicos e elementos econômicos.

Segundo o órgão português, Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR, s/d), o turismo no meio rural pode ser definido segundo algumas características definidas abaixo:

- Situado em espaços rurais entendidas como as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de caráter rural;
- Considerado como um conjunto de atividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação e diversão turística, com vista a proporcionar aos clientes uma oferta completa e diversificada;
- À escala rural do ponto de vista da dimensão e das características arquitetônicas e dos materiais construtivos típicos da região;
- Ligado às estruturas sociais ditas tradicionais, isto é, as que conservam as características gregárias, os valores, modos de vida e de pensamento das comunidades rurais baseadas em modelos de agricultura familiar;
- Sustentável, na medida em que o seu desenvolvimento deve ajudar a manter as características rurais da região, utilizando os recursos locais e os conhecimentos derivados do saber das comunidades e não ser um instrumento de urbanização;
- Diferenciado de acordo com a diversidade do ambiente, da economia e com a singularidade histórica, das tradições e da cultura popular;
- De acolhimento personalizado e de acordo com a tradição do bem receber da comunidade em que se insere (DGADR, s/d).

Santos e Souza (2010) também reforçam que as atividades turísticas na comunidade têm várias características positivas, tais como: as melhorias na infraestrutura existente na cidade; a reorganização do espaço rural; renda extra; oportunidades novas; uma maior união familiar; garantia de futuro para os jovens; valorização do conhecimento patrimonial rural (artesanato, gastronomia, plantio e pesca); valorização e preservação do meio ambiente; e novas redes de relações por meio da hospedagem familiar.

Silva (1997) salienta também, que o turismo no meio rural é uma atividade indutora do crescimento de ocupações não agrícolas no meio rural, constituindo-se em uma atividade que une a exploração econômica a outras funções, como a

valorização do ambiente e da cultura local. Além disso, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2004) acrescenta que a prática do turismo no meio rural no Brasil pode diversificar a economia regional, assim como proporcionar melhoria nas condições de vida das famílias rurais locais, permitindo também a interiorização do turismo, diversificando a oferta turística, e diminuindo o êxodo rural.

Destaca-se também a conservação dos recursos naturais, o reencontro das pessoas com suas origens rurais e com a natureza, gerando novas oportunidades de trabalho, melhoria da infraestrutura de transporte, comunicação e saneamento, criando receitas alternativas para valorizar as atividades rurais, a integração do campo com a cidade, promoção da imagem e o fortalecimento do interior, a integração das propriedades rurais e comunidade, valorização das práticas rurais e resgate da autoestima do camponês (BRASIL, 2004).

A partir do contato com os visitantes, as pessoas residentes no espaço rural passam também a (re)significar o seu olhar sobre o espaço em que vivem, ou seja, começam a dar mais valor ao seu modo de vida, passando a ter mais orgulho do lugar onde vivem.

Contudo, as relações estabelecidas a partir do início da atividade turística em determinado local estão no centro da discussão da capacidade que o turismo tem de ser um fator de transformação positivo da realidade local. No entanto, vale ressaltar que o turismo no espaço rural não tem os mesmos efeitos em todos os espaços em que é implantado, ou seja, o grande problema reside no fato de que, normalmente, são mais considerados e evidenciados os benefícios que podem ser gerados a partir da atividade turística, do que os problemas e impactos negativos que muitas vezes não são devidamente analisados (SANTOS; SOUZA, 2010).

2. STAKEHOLDERS E A ATIVIDADE TURÍSTICA

A teoria dos *stakeholders* foi citada pela primeira vez por Freeman (1984) no *Stanford Research Institute (SRI)*, definindo-se que o foco de dada empresa são todos aqueles que afetam ou são afetados por suas ações e objetivos, e não apenas a seus investidores.

Por meio desta teoria, almeja-se a entrega de resultados à fornecedores, comunidade local onde a empresa está instalada, investidores, empregados, clientes, dentre outros membros. Por outro lado, esta análise permite à empresa conhecer seus concorrentes, permitindo sua preparação para ações defensivas de mercado entre outras estratégias competitivas.

Carrol e Buchholtz (2003 apud OLIVEIRA, 2012, p.20) apontam que, para que seja compreendido o sentido de *stakeholders*, faz-se necessário observar que 'stake' refere-se ao envolvimento de um indivíduo ou grupo de indivíduos que participam de decisões tanto por interesse, direito ou reivindicação.

Considerando-se esses três grupos de *stakeholders*, têm-se como *stakeholders* por interesse aqueles que são afetados pela empresa, tais como a comunidade local. Por direito, entende-se como aqueles que possuem direitos legais garantidos que, de alguma forma, afetam ou são afetados por seus objetivos e ações tais como os proprietários dos prédios ou do terreno onde uma dada empresa funciona, baseando-se em relação de locação de um espaço determinado. Por reivindicação, refere-se aqueles que possuem títulos de prioridade ou ações da empresa, tais como os fundadores, proprietários ou investidores.

Portanto, reconhece-se que uma empresa está baseada na congregação de indivíduos de diferentes anseios, e diferentes preocupações quanto ao seu modelo de negócios ou realidade, assim como o quanto de valor é entregue para estes grupos em questão, não somente monetário no caso de investidores, mas cita-se a sustentabilidade e o respeito à comunidade local (e clientes), reconhecimento aos colaboradores desta empresa, valor ao produto ou serviço realizado por fornecedores assim como uma parceria sólida e duradoura com este *stakeholder*, e produtos/serviços que condizem com aquilo que seus clientes buscam em termos de usabilidade, durabilidade e *status*.

Assim como em empresas, uma cidade ou uma região também possui seus *stakeholders*, dado que todas as atividades realizadas por e para esse território afetam ou são afetados pelos diversos grupos e indivíduos que fazem parte dele, ou que de alguma forma estejam ligados a ele. Na atividade turística não é diferente, caracterizada segundo a Organização Mundial do Turismo, órgão das Nações Unidas, como:

(...) the activities of person travelling to and staying in places outside their environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited.(UNWTO, 2011)¹

Segundo a mesma Organização Mundial do Turismo, em parceria com o Programa das Nações Unidas para a Sustentabilidade, da Divisão de Tecnologia, Indústria e Economia (UNEP/UNWTO, 2005), a atividade turística sustentável busca conservar o meio-ambiente fazendo bom uso deste recurso, respeitar a autenticidade sociocultural da comunidade anfitriã, conservando seus patrimônios materiais e imateriais bem como seu meio de vida, assim como garantir viabilidade de longo prazo para operações econômicas, providenciando benefícios socioeconômicos bem distribuídos para todos os seus *stakeholders*, incluindo-se empregos estáveis, oportunidades de melhores condições salariais e serviços sociais aliviando a pobreza nestes lugares, sem deixar de garantir o mais alto nível de satisfação ao turista com novas experiências significativas (UNEP/UNWTO, 2005).

Desse modo, baseando-se na teoria dos *stakeholders* conforme Freeman (1984), para compreensão dos membros que afetam ou são afetados pela atividade turística, Farias e Guizi (2015) posicionam os turistas e visitantes de uma destinação turística como núcleo de um mapa de *stakeholders*, conforme figura 1 a seguir.

Por meio desta figura, observa-se que a experiência de viagem de um turista, ou um visitante, depende de uma série de indivíduos ou grupo de indivíduos que podem influenciar ou serem influenciados por sua presença nesse destino ou cidade. Tais influências podem ser desde o planejamento estratégico para atração de mais turistas e mais visitantes, de modo a atrair mais efeitos positivos para a comunidade assim como para a experiência de viagem deste turista, ou planejar-se para coibir quaisquer efeitos negativos que a atividade possa gerar.

¹ A atividade de viagens realizadas por pessoas para e permanecendo em lugares fora de seu ambiente usual por não mais que 1 ano consecutivamente a lazer, negócios e outros motivos que não se relacionem com atividades remuneradas pelo lugar visitado. (Tradução dos autores).

FIGURA 1: Mapa de *Stakeholders* da Atividade Turística



Fonte: Farias; Guizi, 2014 adaptado de Freeman, 1984.

Dentre os membros demonstrados na figura anterior, considera-se aqueles que mais estarão em contato com o turista (ou visitante), a comunidade local ou moradores da destinação visitada, hoteleiros, restaurantes, colaboradores de empresas de receptivo e trabalhadores de pontos de interesse turístico, e por meio desse relacionamento, o turista poderá perceber sua recepção e a hospitalidade local, bem como a organização dos serviços turísticos no local visitado.

Contudo, vale destacar que, os primeiros contatos com diferentes membros desta figura se farão possível mediante os interesses de viagens destes turistas dado que, em muitas ocasiões, a visita à produtores rurais entre outros produtores, leva consigo o interesse em conhecer outros métodos de trabalho, produção, ou pessoas e vivências diferentes daquilo que o turista está acostumado, aproximando indivíduos, experiências e realidades.

Considera-se também incluir na figura 1, os grupos de terceiro setor de proteção ambiental, e a própria natureza, entre os *stakeholders* citados, dado o alto nível de influências que estes sofrem ou geram em uma atividade de turismo, principalmente de massa.

3. OBJETO DE ESTUDO: SUDOESTE DO PARANÁ

O processo de colonização do Sudoeste Paranaense deu-se juntamente à ocupação da área pelos caboclos. Segundo Ortolan (2007) as terras pertenciam ao Governo Federal, mas os caboclos tomaram posse de pequenas áreas, demarcaram suas propriedades com árvores e facões e desenvolveram, nas terras do Sudoeste, algumas atividades que, segundo Boneti (2005 *apud* ORTOLAN, 2007) possibilitaram a formação e o desenvolvimento de um pequeno grupo de caboclos, que comercializavam erva-mate e couro de animais silvestres.

Segundo a mesma autora, dessa forma, o caboclo passou a investir em suínos para fazer a engorda no mato ou em mangueirões, utilizando-se de roças de milho, e, como consequência, intensificou a movimentação nas rotas que ligavam o Sudoeste às demais regiões do Paraná, pelas quais saíam os suínos e entravam outras mercadorias necessárias para a sua subsistência, bem como o dinheiro para a continuidade dos investimentos iniciados.

Assim, o território do Sudoeste foi definido pelas relações de poder iniciadas pelos caboclos e, ao longo das décadas seguintes, pelos migrantes que ocuparam a região, oriundos de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. O Sudoeste do Paraná é uma mesorregião relativamente nova no contexto paranaense. A área territorial, que o compreende na atualidade, teve uma pequena contribuição para a economia do Estado até a década de 1940, quando a região litorânea, o Planalto de Curitiba e os Campos Gerais já tinham uma estrutura econômica que se assemelhava à estrutura brasileira de exploração do território, partindo lentamente do litoral para o interior (ORTOLAN, 2007).

Até 1940, existiam poucos povoados no Sudoeste do Paraná, que permanecia uma região nova e pouco explorada comparando-se ao resto do Brasil. O povoamento foi intensificado a partir de 1943 com a criação da Colônia Agrícola Nacional General Osório (CANGO). A criação desta companhia fazia parte de uma política de colonização do presidente Vargas que pretendia povoar uma área correspondente a 300 mil hectares que compreendia uma faixa de 60 km entre Barracão e Santo Antônio, junto à fronteira com a Argentina, para garantir a posse das terras. Para Lazier (1997 *apud* ORTOLAN, 2007) a criação da CANGO foi o

motivo para a forte migração de famílias de gaúchos e catarinenses para o Sudoeste até a década de 1950. A CANGO fazia a distribuição gratuita dos lotes de terra e realizava obras de infraestrutura e atendimento à população, cumprindo facilmente com o propósito de povoar o Sudoeste, que segundo Feres (s/d *apud* ORTOLAN, 2007) em 1956 já contava com cerca de 230.379 habitantes.

Os migrantes gaúchos e catarinenses descendentes de italianos e alemães reproduziram nas novas fronteiras agrícolas do Oeste Catarinense e do Sudoeste Paranaense, os seus costumes e tradições. Feres (s/d *apud* ORTOLAN, 2007) fala que a prática para o uso do solo consistia na agricultura extensiva com a rotação de culturas. Com o aumento da população e o surgimento de povoados que faziam aumentar o número de pessoas envolvidas com atividades atacadistas, varejistas, industriais e de transporte, os pequenos proprietários agrícolas perceberam a necessidade de produzir em maior quantidade, causando o uso intensivo do solo e refletindo, também, no crescimento das áreas urbanas dos municípios do Sudoeste (ORTOLAN, 2007).

Na figura 2 abaixo encontra-se o mapa do estado do Paraná, destacando-se a região Sudoeste do Paraná:

FIGURA 2: Mapa do Estado do Paraná, destacando-se a Região Sudoeste do Paraná



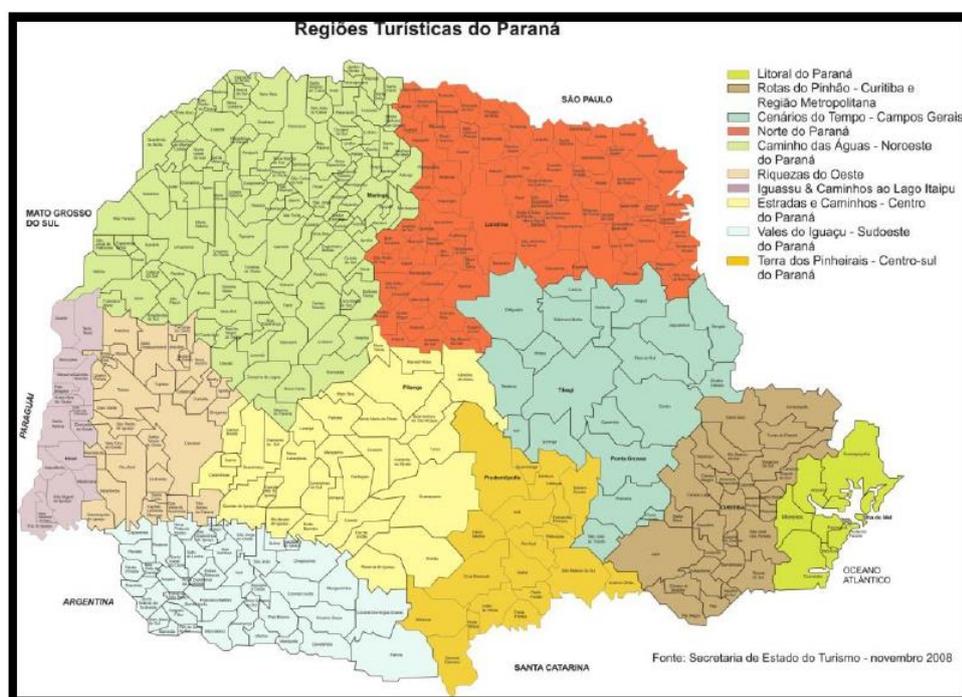
Fonte: https://www.google.com.br/search?q=sudoeste+do+paran%C3%A1+anos+40&biw=1366&bih=667&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjrr-aaiaHMAhXGF5AKHY3Dq8Q_AUIBigB#tbn=isch&q=sudo+este+paran%C3%A1+mapa&imgrc=Lv0KkPSyc4eiWM%3a.

Segundo a Agência Sudoeste (2016) A região turística do Sudoeste está localizada no terceiro planalto paranaense. Abrange uma área de 17.064 Km², que corresponde a 8,6% do território estadual, fazendo divisa com as Regiões Turísticas Oeste, Centro e Centro-Sul.

A região é constituída por 42 (quarenta e dois) municípios, sendo eles: Ampére, Barracão, Bela Vista da Caroba, Boa esperança, Bom Jesus do Sul, Bom sucesso do sul, Capanema, Chopinzinho, Clevelândia, Coronel Domingos Soares, Coronel Vivida, Cruzeiro do Iguaçu, Dois Vizinhos, Enéas Marques, Flor da Serra do Sul, Francisco Beltrão, Honório Serpa, Itapejara d'Oeste, Manfrinópolis, Mangueirinha, Mariópolis, Marmeleiro, Nova Esperança do Sudoeste, Nova Prata do Iguaçu, Palmas, Pato Branco, Pérola d'Oeste, Pinhal de São Bento, Planalto, Pranchita, Realeza, Renascença, Salgado Filho, Salto do Lontra, Santa Izabel do Oeste, Santo Antonio do sudoeste, São João, São Jorge d'Oeste, Saudades do Iguaçu, Sulina, Verê e Vitorino (AGENCIA SUDOESTE, 2016).

Na figura 3 abaixo, segue o mapa do Paraná e suas regiões turísticas:

FIGURA 3: Regiões Turísticas do Paraná



Fonte: https://www.google.com.br/search?q=regi%C3%B5es+tur%C3%ADsticas+do+paran%C3%A1+mapa&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjV54-wm6HMAhVFhZAKHYPTckYQ_AUIBygC#imgrc=-O7OTn7JKadgzM%3a.

A região conta atualmente com uma população de 565.392 habitantes, segundo dados do ano de 2007 do IBGE, o que corresponde a 5,5% da população do Paraná. As principais cidades são Francisco Beltrão, Pato Branco, Palmas e Dois Vizinhos, as quais funcionam como polos microrregionais e concentram a maior parte da infraestrutura urbana, além de equipamentos e serviços de apoio ao turismo (AGENCIA SUDOESTE, 2016).

A partir de 1975, o Sudoeste passou a receber investimentos na construção de barragens para geração de energia hidrelétrica. Ao todo, já foram construídas cinco hidrelétricas no Rio Iguazu e duas no Rio Chopim. Estas construções conferiram nova identidade aos municípios lindeiros os quais tiveram incremento em seu PIB tradicional e passaram a vislumbrar um potencial para o desenvolvimento do turismo de sol e praia, para o turismo náutico e para o turismo de pesca (AGENCIA SUDOESTE, 2016).

Entre 1980 e 1996 a população da região caiu em função da evasão de habitantes em direção aos Estados do Centro-oeste e à capital do Estado. Também se intensificou a migração do campo para as cidades, fenômeno natural ocasionado pela mecanização do campo e pela industrialização de algumas cidades e que atrai mão-de-obra do meio rural. No entanto, pode-se perceber que o êxodo rural se dá em menor escala na região comparado a outras regiões do Estado. Isso se dá principalmente pelo movimento da agricultura e agroindústria de base familiar que confere boas condições de vida ao homem no campo. Em geral, o território rural está dividido em pequenas e médias propriedades, predominando aquelas com área até 50 hectares (AGENCIA SUDOESTE, 2016).

Neste formato trouxe a vocação turística da região: o turismo rural, fortemente sustentado na gastronomia e agroindústria familiar em função da tradição na fabricação de queijos, vinhos, embutidos, doces, geleias e produtos caseiros típicos da culinária gaúcha, italiana, alemã e indígena.

Além disso, a região é marcada pelas agroindústrias, pelo clima frio e pela presença do rio Iguazu, tanto pelas grandes hidrelétricas como pelo início do Parque Nacional do Iguazu, no município de Capanema. Nele inclui o roteiro rural Doce Iguassu atraindo visitantes em busca de produtos orgânicos e belas paisagens. O Sudoeste do Paraná tem o privilégio de ter como atrativo cultural a reserva indígena

de Mangueirinha e pela insurgência de fontes de água hidromineral e termal, como nos municípios de Verê, Sulina e Francisco Beltrão (SETU, 2016).

Os encantos da região estão em sua paisagem rural e nos lagos artificiais que convidam para o lazer e entretenimento. A produção de queijos e vinhos também são destaques, principalmente nas cidades de Mariópolis e Salgado Filho. No entanto, Pato Branco e Francisco Beltrão são municípios que oferecem ampla infraestrutura, como: eventos, gastronomia, hospedagem e lazer. Nos campos de Palmas está a Usina Elétrica Eólica e em Barracão, o marco divisório entre Paraná, Santa Catarina e Argentina (SETU, 2016).

3.1 Realidades e Possibilidades do Turismo Rural no Sudoeste do Paraná

Por meio dos objetivos propostos para este estudo, realizou-se estudo de caso levando-se em conta a região Sudoeste do estado do Paraná, por meio de contatos e entrevistas com *stakeholders* ligados à atividade turística, sendo eles:

- Sueli Baldo – Emater-PR (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Paraná);
- Ivaldete Zarpellon – Emater-PR (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do estado do Paraná);
- Leonardo Camozatto – SHBRS (Sindicato dos Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares do Sudoeste do Estado do Paraná).

Os contatos foram realizados por intermédio de ligação telefônica e e-mails para agendamento de entrevistas com questionários semiabertos, cujos temas discutidos foram categorizados para posterior análise segundo a metodologia de análise de conteúdo de Bardin (2011), por meio de quadros temáticos.

Sendo assim, o instrumento de entrevistas foi dividido em 2 categorias, sendo a primeira abordando a situação atual do turismo rural na região Sudoeste do Paraná, e, a segunda categoria acerca das possibilidades da região Sudoeste do Paraná, dividindo-se cada categoria em subcategorias as quais foram discutidas.

Iniciando-se pela primeira categoria de pesquisa, acerca da atualidade do turismo rural no Sudoeste do Paraná, cujas subcategorias foram discutidas em forma de questões semiabertas, de modo que os entrevistados contassem suas percepções acerca de cada tema.

QUADRO 1: Quadro de Entrevistas de Categoria “Atualidades”

CATEGORIA: ATUALIDADE	ENTREVISTADOS		
SUBCATEGORIAS	Leonardo Camozatto	Ivaldete Zarpelon	Sueli Baldo
A atividade turística é considerada uma atividade consolidada, capaz de levar renda e visibilidade para a região àqueles que trabalham com ela?	Temos vários pontos a serem explorados ainda, a região sudoeste, é preciso um projeto e organização para que isto gere renda futura aos proprietários.	Poderia dizer que sim se formos analisar Caminho do Marecas em Francisco Beltrão que já vem desenvolvendo o Turismo Rural a algum tempo e está consolidado. Com relação ao Geral do Sudoeste vejo que falta muito ainda para ser feito para considerarmos consolidado.	Sim. Temos várias famílias que possuem no Turismo uma renda expressiva. Mas o ganho na atividade vai além da renda, passa por valorização do espaço rural, elevação da auto-estima da família.
As ações do poder público são suficientes ou efetivas, para o crescimento e desenvolvimento da atividade turística rural na região.	Não temos ações hoje para este desenvolvimento.	Acredito que precisamos um maior envolvimento do poder público em todos os níveis para o crescimento do Turismo Rural no Sudoeste, esta região tem muito a desenvolver. Hoje não vejo como efetiva.	Penso que cada região tem um encaminhamento diferente, conforme as pessoas que estão à frente desta questão. Algumas regiões têm ações mais constantes que outras, ainda precisa mais atenção do poder público.
O setor privado e produtores, participam de forma efetiva da atividade?	Não há participação efetiva na atividade, pois o investimento seria alto para um baixo retorno, caso houvesse um programa mais eficiente na área, os demais se interessariam em participar, pois estariam movendo seus estabelecimentos.	Não, precisa ser melhor trabalhado e divulgado esse trabalho e uma união de todos.	Penso que é um trabalho que está iniciando e que tem muito que avançar. A participação ainda é pequena.
A região sudoeste recebe um número satisfatório de turistas?	Não.	Hoje não acredito que receba número satisfatório, tem muito potencial que falta ser desenvolvido.	Não. Tem potencial para receber um número maior.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Por meio da categoria de atualidades, observa-se na primeira subcategoria que, algumas famílias já contam com a atividade turística de forma consolidada em alguns municípios, tal como Francisco Beltrão, no entanto, essas famílias e região

integram área de circuito turístico, tal como o citado circuito Marrecas. Mas, foi citado também a importância da preparação das propriedades além de treinamentos dos interessados para o recebimento do turista para que, dessa forma, a atividade consolide-se na região.

Por meio da segunda questão discutida, observa-se que a atividade turística ainda é considerada incipiente o que não garante, todavia, um retorno considerável para os proprietários rurais, inviabilizando investimentos maiores para atração de turistas para suas respectivas propriedades, bem como inviabilizando maiores mobilizações por parte dos *stakeholders* dessa atividade. Igualmente quanto ao setor público, cujos investimentos são diferentes em cada prefeitura, sendo necessário participação maior do setor público para fomentar um crescimento mais acentuado da atividade na região, assim como promover treinamentos e investimentos em pontos de interesse turístico.

Dessa forma, segundo os entrevistados, o número de turistas recebidos na região ainda é considerado baixo, ou insatisfatório. Mas, conforme dito pela entrevistada, Sueli, a região possui potencial turístico para atração e consolidação do turismo, levantando a hipótese de problemas ou falta de promoção do turismo por parte dos *stakeholders* público e privados.

QUADRO 2: Quadro de Entrevistas de Categoria “Possibilidades”

CATEGORIA: POSSIBILIDADES	ENTREVISTADOS		
Ações do poder público para melhoria do turismo	Uma pesquisa nas áreas com potencial para turismo, uma conversa com os proprietários para saber qual a disponibilidade financeira de investimento na área para que seja usada para turismo, divulgação dessas áreas nas agências e mídia.	Primeiramente um diagnóstico do potencial e depois capacitação aos empreendedores para realmente concretizar o setor. E daí uma força tarefa de todo poder público na divulgação e consolidação.	Antes de qualquer outra ação os gestores públicos têm que conhecer os potenciais e dispor de profissionais capacitados para esta área. O turismo é uma pasta muitas vezes esquecidas.
Ações do setor privado para melhoria do turismo	Enquanto a partida não for feita pelos maiores interessados (proprietários das áreas rurais) acredito que os demais não farão nada até que possam ver algum retorno nisso.	Primeiro precisamos consolidar o Turismo Rural como atrativo para o turista, daí o envolvimento das agências. Não tem como comercializar o que não está organizado.	Da mesma forma, tem que conhecer os potenciais para poder ofertar os atrativos dentro da realidade. O setor privado é um elo importante que deve ser parceiro desta atividade, divulgando e ofertando os produtos e serviços.

<p>Os pontos de interesse turísticos são suficientes para atração de turistas?</p>	<p>Acredito que temos vários pontos a serem mais explorados para o turismo rural, cachoeiras, rios, alagados, os pontos estão aí, o que é preciso é trabalhar para a divulgação dos mesmos.</p>	<p>Como já citei acho que já temos Turismo Rural no Sudoeste, mas falta uma organização e capacitação em todos os níveis. O Paraná está dividido em 14 Regiões Turísticas e o Sudoeste é uma delas “Vale do Iguazu”. Se todos unirem o Sudoeste será uma grande potência no Turismo Rural.</p>	<p>Já é possível receber mais turistas, mas ainda se pode e deve-se melhorar muito, desde a parte estrutural como acesso e os empreendimentos buscar constante melhorias, a partir de uma demanda dos turistas. Praticar auscultação nas unidades de turismo. O turismo Pedagógico é um potencial pronto para ser utilizado, falta conscientização das autoridades competentes.</p>
<p>Pontos turísticos da região ressaltados para promoção turística</p>	<p>Temos vários pontos, Rio Ruzza, Recanto Carletto, os alagados da região, cachoeiras em coronel para rappel.</p>	<p>Ai no Sudoeste temos Águas do Verê que apesar de ser um grande empreendimento pode agregar no seu entorno com propriedades a serem visitadas por seus hóspedes. Se tivermos uma força tarefa unindo todos seremos mais fortes e o Sudoeste com certeza será muito forte. Vejo como fundamental a participação das Regiões Turísticas nos eventos para divulgação do Turismo Rural, agora em junho teremos o Festival de Turismo das Cataratas em Foz do Iguazu.</p>	<p>Se for em termos gerais, na região Sudoeste temos Águas Termais, Morro do Cristo, Turismo de eventos e de negócio. No meio rural as riquezas naturais são uma grande atração.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2016.

Nesta categoria, os entrevistados concordaram que faltam treinamentos e qualificação para os *stakeholders* que atendem ao turismo na região, bem como um inventário da oferta turística e levantamento do quanto é possível investir para que os pontos de interesse turístico sejam melhorados e divulgados na mídia e entre as agências. No entanto, vale citar a fala da entrevistada Sueli, quando afirma que muitas vezes o turismo é uma pasta esquecida na região, demandando ações descentralizadas, muitas vezes ficando a critério dos próprios interessados em levar adiante a atividade na região.

Por outro lado, segundo Leonardo Camozatto, cabe ao setor privado (principalmente aqueles que se interessam pelo turismo) a organização e a união de forças, para que os primeiros retornos vindos da atividade motivem os demais

stakeholders a atuar em favor do turismo. Nota-se também as falas de Ivaldete e Sueli, que frisam na organização das atividades e circuitos que estão disponíveis, ou que podem fazer parte do portfólio turístico da região, para iniciar as promoções em mídia e agências de viagens.

O Sudoeste do Paraná, segundo os entrevistados, é uma região de grande potencial para o turismo paranaense, no entanto faltam melhorias de acesso às propriedades, bem como aos pontos de interesse turístico como cachoeiras, áreas alagadas, além de pontos para a prática de atividades esportivas como o rapel. Sueli cita o turismo pedagógico também como forte candidato à atração de turistas em meio rural faltando, porém, a conscientização das autoridades para colocá-la em prática, trabalhando em conjunto com os demais *stakeholders* que atendem ao turismo.

Como dito anteriormente, nota-se que a região do Sudoeste do Paraná possui diversas possibilidades e possibilidades para ser uma potência turística paranaense, cujos atrativos dão conta da segmentação de turismo rural, pedagógico, e ecoturismo ou turismo de aventura, além de propriedades hoteleiras que oferecem opções de águas termais e estruturas para eventos corporativos e turismo de negócios, cuja parceria com tais propriedades eleva a possibilidade de circuitos turísticos oferecidos para hóspedes e pessoas de passagem pela região, conhecendo-a melhor e fazendo da atividade turística, uma parceira dos produtores, população local, empresários em geral na geração de renda e visibilidade para a região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo no Sudoeste do Paraná, como já afirmado, está em nível incipiente, representando parceria de renda para poucas famílias produtoras rurais que participam de áreas de circuitos turísticos em municípios de maior porte, tais como Francisco Beltrão.

Contudo, os maiores gargalos e déficits em investimentos está no treinamento e qualificação dos atores turísticos para recebimento das atividades e

dos turistas, além de modos de acesso às propriedades, divulgação em mídia e relacionamento com agências de viagens para comercialização.

Vale citar que observou-se por meio das entrevistas realizadas, que a região não possui um inventário turístico consolidado, sendo item essencial para levantamento do potencial turístico e comercialização da região para potenciais turistas Brasil afora, dificultando o planejamento de novos circuitos turísticos pela região e, dessa forma, não levando maiores números de turistas para as propriedades e empresas, a não ser aqueles que já conhecem a região e o vão para alguma área por interesse próprio e muitas vezes, não por indicação de agências, mídia, hoteleiros, empresários, produtores entre outros *stakeholders*.

No entanto, os entrevistados ressaltaram os diversos potenciais que a região possui, abarcando diversos segmentos do turismo, dentre eles o turismo rural, o turismo de aventura ou ecoturismo, o turismo esportivo, o turismo de negócios e de eventos, e o turismo cultural.

A região possui infraestrutura adequada, carecendo pequenas melhorias em acesso às propriedades e áreas de interesse turístico, no entanto, nota-se que os maiores problemas estão na qualificação de *stakeholders* que atuarão diretamente com o turista, assim como planejamento do turismo junto ao poder público, salientando a importância do turismo para a região como mais uma fonte de renda para a população sem, necessariamente, maiores investimentos não previstos nas leis orçamentárias, ou para os próprios produtores rurais, aproveitando-se aquilo que já existe na região.

Outro desafio para o crescimento do turismo na região, está na gestão do relacionamento entre *stakeholders* para divulgação e promoção do Sudoeste em agências de viagens e mídias aceitando-se, por sua vez, as mídias sociais de baixo custo, participação em conjunto em eventos e outros.

Os parágrafos redigidos, então, respondem ao problema central de pesquisa: Quais são as realidades e possibilidades do turismo rural no Sudoeste do Paraná? e atinge, portanto, o objetivo geral deste estudo que foi identificar as realidades e possibilidades do turismo rural no sudoeste do Paraná.

Como já adiantado na análise de conteúdo obtido em entrevistas, sugere-se para próximas pesquisas acerca do tema a região Sudoeste do Paraná, a discussão

acerca da existência e da efetividade das ações de marketing e promoções realizadas na região, bem como a entrevista com outros *stakeholders* que atendem à atividade turística, tais como prefeitos, produtores rurais, outros hoteleiros, turistas, consultores de circuitos turísticos e outros.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SUDOESTE. **Região Turística Vales do Iguassu**, 2016. Disponível em: <<http://www.agenciasudoeste.org.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**, 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Rural: Orientações Básicas**. 2.ed. Brasília, 2010.

CAMARGO, F. L. **Turismo Rural ou Turismo no Espaço Rural?** Faculdade Marechal Rondon, s/a.

CÉSAR, P. d. A. B. **Turismo e Desenvolvimento Sustentável: Análise dos Modelos de Planejamento Turístico**. Série Turismo. Caxias do Sul: Educs, 2011.

DENCKER, A. d. F. M. **Pesquisa em Turismo: Planejamento, Métodos e Técnicas**. 9.ed. São Paulo: Futura, 2007.

DIREÇÃO GERAL DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL – DGADR. (s/a). Disponível em: <<http://www.dgadr.mamaot.pt/diversificacao/turismo-rural/caracteristicas-do-turismo-no-espaco-rural>>. Acesso em: 09 abr. 2016.

FARIAS, A. P. P.; GUIZI, A.A. **Turismo de Base Comunitária: Uma Possibilidade no Estado do Paraná (Brasil)**. Turydes – Revista Turismo y Desarrollo Local, vol 7, nº 17, 2014.

FREEMAN, R. E. **Strategic Management: A Stakeholder Approach**. Minnesota: Pitman, 1984.

OLIVEIRA, P. F. F. **Stakeholders e Apart-hotéis Estudos de Casos Múltiplos: Travelinn Hotéis, Slaviero Hotéis e Etoile George V**. Dissertação de Mestrado. Programa de Mestrado em Hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012.

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

ORTOLAN, A. A. **Aspectos da Construção Histórica do Sudoeste do Paraná e da Cidade de Francisco Beltrão**. Revista Faz Ciência, v. 9, n. 9, 2007.

PARANÁ. **Programa de Turismo Rural do Paraná**. 2007. Disponível em: <<http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/deagro/progturizrural.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2016.

PERINOTTO, A. **Turismo Pedagógico: Uma Ferramenta para Educação Ambiental**. Caderno Virtual de Turismo, Vol. 8, nº 1, 2008.

SANTOS, E. d. O.; SOUZA, M. d. **Teoria e Prática do Turismo no Espaço Rural**. Barueri, SP: Manoele, 2010.

SECRETARIA DO ESPORTE E TURISMO DO PARANÁ (SETU). **Vales do Iguaçu: Sudoeste do Paraná**, 2016. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=256>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

SILVA, J. G. d.O. **Novo Rural Brasileiro**. Revista Nova Economia. Belo Horizonte, vol.7, n.1, Maio, 1997.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME/UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNEP/UNWTO). **Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers**. 2005. Disponível em: <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2016.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANISATION (UNWTO). **Tourism Satellite Account: Why do we have it and what does it do?** Manilla, Filipinas, 2011. Disponível em: <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2016.