

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

KARLA MARINA CATTANI

TURISMO CULTURAL EM MARECHAL CÂNDIDO RONDON – PARANÁ SOB A  
INFLUÊNCIA DA ETNIA ALEMÃ

PONTA GROSSA  
2016

KARLA MARINA CATTANI

TURISMO CULTURAL EM MARECHAL CÂNDIDO RONDON – PARANÁ SOB A  
INFLUÊNCIA DA ETNIA ALEMÃ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para  
obtenção do título de Bacharela em Turismo na  
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de  
Turismo.

Orientador: Prof.º Me. Carlos Alberto Maio

PONTA GROSSA

2016

KARLA MARINA CATTANI

TURISMO CULTURAL EM MARECHAL CÂNDIDO RONDON – PARANÁ SOB A  
INFLUÊNCIA DA ETNIA ALEMÃ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de bacharel  
na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de turismo.

Ponta Grossa, 08 de novembro de 2016.

Prof. Me. Carlos Alberto Maio – Orientador  
Mestrado em História  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profa. Ma. Márcia Maria Dropa  
Mestrado em História  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profa. Dra. Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas  
Doutorado em Geografia  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Dedico aos meus pais, por todo o apoio e incentivo durante toda essa graduação.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, a Deus, por estar sempre comigo, me dando força, e por me iluminar nos momentos difíceis.

Ao meu orientador, Carlos Alberto Maio, por todo compartilhamento de sabedoria, os incentivos, as correções e o apoio dado a mim, o senhor é parte fundamental desse trabalho.

Aos meus pais e meu irmão, que aguentaram meu nervosismo, a minha falta de humor e paciência por várias vezes durante essa reta final e por estarem sempre ali por mim.

Às minhas princesas favoritas desse mundo, Nátaly, Thais, Juliana, Jessica e Itala, que acompanharam diariamente minhas lamentações, obrigada pelos momentos de distrações e risadas.

À Fernanda C. por viver e compartilhar comigo todos os momentos desse trabalho, sendo rindo ou chorando, obrigada pela ajuda e sugestões toda vez em que precisei durante o decorrer desse ano e nos anteriores, amiga para todas as horas.

Obrigada Fernanda H. por me fazer rir e pelos conselhos muitas vezes incompreendidos, mas que mesmo assim eu sempre gostei, durante todos esses quatro anos de faculdade.

Às meninas de Toledo, que já me apoiam há nove anos, e principalmente durante esse ano, me motivaram e incentivaram muito, sou agradecida demais pela amizade de todas vocês: Núria, Camila, Larissa, Bruna e Beatriz, amo vocês.

Para finalizar, agradeço a rede social: Twitter e todos os amigos e colegas que possuo por lá, eles foram o que mais ouviram minhas lamentações, nervosismo, alegrias e frustrações no decorrer dos quatro anos dessa faculdade, principalmente esse último, obrigada por não desistirem de mim.

## RESUMO

Marechal Cândido Rondon é um município localizado no extremo oeste do estado do Paraná – Brasil, e é caracterizado por apresentar uma forte identidade cultural de imigrantes alemães oriundos primeiramente do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Utilizando-se dessa identidade cultural, demonstrada na dança; arquitetura; música; gastronomia; modo de agir; falar; etc, a cidade desenvolve o turismo local baseando-se em atrativos, manifestações e eventos de caráter étnico e gastronômico, como a Expo Rondon e a Oktoberfest, eventos que, juntos, recebem mais de 120 mil visitantes. Com o intuito de identificar a abrangência do turismo cultural de Marechal sob a influencia da cultura alemã, utilizando-se da tradição, costumes e gastronomia, realizou-se uma pesquisa de demanda via internet com turistas efetivos e em potencial, verificando assim a relevância turística do município. Ao final foi realizado a análise dos resultados da pesquisa e apresentado sugestões de melhoria para o melhor desenvolvimento turístico do local.

Palavras-chave: Marechal Cândido Rondon. Turismo Cultural. Turismo Étnico. Turismo Gastronômico

## **ABSTRACT**

Marechal Cândido Rondon is a city located in the extreme west of the state of Paraná – Brazil, and it's characterized by presenting a strong cultural identity of german immigrants from Rio Grande do Sul e Santa Catarina's states. Using this cultural identity, demonstrated on dance, architecture, music, gastronomy, way of acting and speaking, etc., the city develops local tourism based on attractions, manifestations and events of ethnic and gastronomic character, such as Expo Rondon and Oktoberfest, two events that, together, receive more than 120 thousand visitors. In order to identify the scope of cultural tourism of Marechal under the influence of german culture, using traditions, customs and gastronomy, an internet demand survey was carried out with effective tourists and potential tourists, verifying then, the tourist relevance of the city. By the end, it was carried out the analysis of the results of the demand survey and suggestions were made for a better improvement in the local tourism development.

Keywords: Marechal Cândido Rondon. Cultural Tourism. Ethnic Tourism. Gastronomic Tourism.

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Microrregião geográfica de Toledo.....                       | 21 |
| Figura 2: Terceiro Planalto Paranaense .....                           | 22 |
| Figura 3: Área colonizada pela Companhia Maripá.....                   | 23 |
| Figura 4: A cidade mais alemã do Paraná. ....                          | 26 |
| Figura 5: Cuca .....   | 28 |
| Figura 6: Grupos de dança de Marechal Cândido Rondon .....             | 29 |
| Figura 7: Bunker Berlin.....   | 31 |
| Figura 8: Museu Padre José Gaertner .....                              | 31 |
| Figura 9: Casa do Artesão.....   | 32 |
| Figura 10: Produto Artesanal - Casa de Boneca em estilo enxaimel ..... | 32 |
| Figura 11: Centro de Eventos.....                                      | 33 |
| Figura 12: Sítio das Orquídeas.....                                    | 33 |
| Figura 13: Microcervejaria Haus Bier .....                             | 34 |
| Figura 14: Oktoberfest.....  | 35 |
| Figura 15: Desfile de abertura .....                                   | 36 |
| Figura 16: Boi no Rolete.....  | 38 |
| Figura 17: Café Colonial.....  | 38 |



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1: Faixa Etária.....   | 39 |
| Gráfico 2: Gênero.....   | 40 |
| Gráfico 3: Cidade de origem.....   | 41 |
| Gráfico 4: Conhece a cidade de marechal Cândido Rondon?.....                         | 42 |
| Gráfico 5: Quantas vezes visitou?.....   | 42 |
| Gráfico 6: Onde se hospedou.....   | 43 |
| Gráfico 7: Quais atrativos e/ou eventos visitou? .....                               | 44 |
| Gráfico 8: Em relação a gastronomia local - provou ou visitou.....                   | 45 |
| Gráfico 9: Você acha que o município possui potencial para o turismo cultural? ..... | 46 |
| Gráfico 10: Voltaria e/ou indicaria a alguém?.....                                   | 46 |
| Gráfico 11: Já ouviu falar da cidade? .....  | 47 |
| Gráfico 12: Possui vontade de conhecer a cidade "mais alemã do Paraná"? .....        | 47 |

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....  | 10 |
| <b>2 TURISMO CULTURAL</b> .....  | 13 |
| 2.1 TURISMO ÉTNICO .....   | 15 |
| 2.2 TURISMO GASTRONÔMICO.....  | 17 |
| 2.3 PATRIMÔNIO E TURISMO .....   | 18 |
| <b>3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO MARECHAL CÂNDIDO RONDON</b> .....   | 21 |
| 3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DO MUNIPIO DE MARECHAL CÂNDIDO<br>RONDON ..... | 22 |
| 3.2 PROJETO DE GERMANIDADE.....  | 24 |
| 3.3 MARECHAL CÂNDIDO RONDON E TURISMO .....                            | 26 |
| <b>3.3.1 Atrativos e eventos</b> .....                                 | 30 |
| <b>4 ANÁLISE E DADOS DA PESQUISA</b> .....                             | 39 |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....                                      | 51 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....   | 52 |
| <b>APÊNDICE</b> .....  | 57 |

## 1 INTRODUÇÃO

A definição da cultura pode corresponder ao sentir, ao pensar, ao agir, ao fazer e também ao modo de relacionamento do ser humano. Assim sendo, o turismo cultural, de acordo com o Ministério do Turismo - MTUR (2010), implica em experiências do turista com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais de um destino, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação. Isso abrange, os serviços utilizados pelo turista, como o meio de hospedagem, a alimentação, o transporte, entre outros; a vivência; o patrimônio histórico e cultural e os eventos culturais; e a valorização e promoção de bens materiais e imateriais da cultura.

O trabalho em questão traz o turismo cultural relacionado com o turismo étnico como também o turismo gastronômico. O turismo étnico envolve vivência e experiência de contato com o modo de vida e identidade de um grupo étnico, grupos esses que preservam seus legados como valores norteados de seu modo de vida, saberes e fazeres (BRASIL, 2010, p. 20).

Já o turismo gastronômico pode ser definido, segundo Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p.181) como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade” e pode ser apresentados a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, ainda também como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

O município de Marechal Cândido Rondon apresenta fortes características culturais alemãs, vendendo-se inclusive como a “cidade mais alemã do Paraná”. Localizada no extremo oeste paranaense, a cidade demonstra aspectos germânicos arquitetonicamente, como edificações em estilo enxaimel, gastronomicamente, em festas típicas, como a OktoberFest, e também em seu dialeto.

A Expo Rondon, que hoje trata-se de uma das maiores feiras e exposições do Paraná, e que, segundo o site do evento recebe mais de 100 mil pessoas durante os quatro dias de evento, se coincide com o período do aniversário da emancipação política do município de Marechal Cândido Rondon. A gastronomia do evento é um de seus maiores atrativos, podem ser ofertadas aos visitantes pratos típicos alemães com o *Eisbein* (joelho de porco) e *Kassler* (costela de porco defumada), pratos típicos gaúchos, o café colonial e a Festa do Boi no Rolete, esta realizada sempre no último

dia do evento. Além da atração gastronômica, agropecuária, comercial, e de shows nacionais, a feira Expo Rondon traz apresentações de grupos e bandinhas alemãs para demonstração étnica.

Tendo por base os eventos presentes em Marechal, apresenta-se a problematização desse trabalho, pautado em: *Qual a abrangência do turismo cultural de Marechal Cândido Rondon, utilizando-se da tradição, costumes e gastronomia cultural étnica alemã?*

De modo a esclarecer o problema acima, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar a abrangência do município como atrativo turístico cultural no estado do Paraná, mantendo como foco a caracterização alemã da cidade, tradições, festas e gastronomia. Para que esse objetivo fosse alcançado, traçou-se outros três objetivos específicos, definidos como:

1. Contextualizar o município de Marechal Cândido Rondon
2. Realizar uma pesquisa de demanda via internet para obtenção de dados sobre a relevância turística do município;
3. Analisar os resultados da pesquisa e através dela, apontar quais aspectos o município pode trabalhar para melhor desenvolver-se no turismo;

A metodologia desse trabalho baseia-se em uma pesquisa descritiva de caráter qualitativo e multidisciplinar envolvendo as áreas de Turismo, Cultura e História. Para a realização do mesmo, utilizou-se de pesquisas bibliográficas e pesquisa de demanda via internet.

Os objetivos do trabalho foram alcançados seguindo as seguintes etapas:

Em primeiro caso, foi realizado uma pesquisa bibliográfica e de gabinete, utilizando-se de artigos, dissertações, teses, monografias, livros e sites focados sobre o tema.

Após, realizou-se uma pesquisa de demanda turística via internet para com demanda real e em potencial do município de Marechal Cândido Rondon. A seguir, as pesquisas foram tabuladas e demonstradas em forma de gráficos, finalizando com as análises específicas e geral dos gráficos.

O presente trabalho esta constituído em quatro etapas, a partir desta introdução. Logo a seguir, no segundo capítulo, apresenta-se o conceito de turismo cultural, bem como suas sub segmentações: turismo étnico e gastronômico, apresentando os destinos turísticos, tanto mundiais, como brasileiros, com maior visibilidade nesse segmento. Também relata a relação do patrimônio com o turismo.

Já o terceiro capítulo expõe as características geográficas e históricas do município de Marechal Cândido Rondon, bem como dados e informações relacionados ao desenvolvimento turístico do local e seus atrativos.

No quarto capítulo é apresentado a pesquisa de demanda realizada com turistas recorrentes como também os em potencial via internet, seu resultado e análise para a identificação de sugestões para incrementar o desenvolvimento turístico de Marechal. Já durante a última etapa deste trabalho, relata-se as considerações finais, reforçando a abrangência do turismo cultural no município e como pode ser melhor aprimorada.

Este trabalho contou com o auxílio de informações e dados de órgãos como: a Organização Mundial do Turismo, Ministério de Turismo, e a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de Marechal Cândido Rondon, e também autores como: André Fontan Kohler e José Carlos Garcia Durand; Stela Maris Murta e Brian Goodey; José Manoel Gonçalves Gândara, Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes e Rubia Gisele Tramontin Mascarenhas; Marcos Nestor Stein; e Venilda Saatkamp.

## 2 TURISMO CULTURAL

### \*Definição de cultura

O turismo atualmente, segundo a Organização Mundial de Turismo – OMT (2015) representa quase dez por cento do Produto Mundial Bruto (PMB), que é a totalidade do produto nacional bruto de todos os países do mundo. É ainda o quarto maior setor em exportação do mundo, atrás apenas dos produtos químicos, combustíveis e o setor alimentício.

A OMT (2001) define turismo como: “atividade de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permanecem por não mais de um ano consecutivo, a lazer, a negócios, ou por outros motivos”. Um conceito seguido de Bormann (1930) que relata o turismo como o deslocamento temporário da residência habitual e tem por objetivo o lazer como também motivos comerciais e profissionais.

Devido a ampla conceituação do turismo, como forma de organizar o planejamento turístico, é estabelecido as segmentações turísticas, esta, com base na oferta, define o tipo de turismo que virá a ser oferecido ao visitante, e muitas vezes podem estar inter-relacionadas (MTur, 2010). O MTur (2006) determina que os segmentos prioritários para desenvolvimento no Brasil são: Turismo Cultural; Turismo Rural; Ecoturismo; Turismo Náutico; Turismo de Estudos e Intercâmbios; Turismo de Esportes; Turismo de Aventura; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo de Pesca; Turismo Sol e Praia; e Turismo de Saúde.

As características apresentadas no município de Marechal Cândido Rondon demonstram que a segmentação que mais se encaixa para a organização de seu planejamento turístico é o turismo cultural.

“Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.” (MTur, 2006, p. 13)

O turismo cultural compreende a pessoa que viaja com o objetivo em aspectos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança apresentados por uma comunidade, região, grupo ou instituição (Silberberg, 1995 *apud* Kohler e Durand, 2007), buscando assim, aprimorar suas experiências e conhecimento de mundo.

Reisinger e Turner (2003) ainda ressaltam que o turismo cultural possibilita a redução de preconceitos, o aumento da tolerância, além de eliminar estereótipos que são danosas à convivência.

A classificação da oferta do turismo cultural, segundo Kohler e Durand (2007), baseia-se em centros históricos, festivais e manifestações artísticas e culturais, interpretação do patrimônio, gastronomia local, museus, entre outros.

Turismo cultural é um segmento da indústria que trata das viagens motivadas em parte ou inteiramente pela intenção de explorar ou experienciar diferentes modos de vida e/ou ideias de outras pessoas – os costumes sociais, as tradições religiosas e a herança cultural que não são seus. (Mac Donald, 2004, p.23)

O Ministério do Turismo (2006) destaca os benefícios proporcionados pelo segmento para uma localidade, são eles: a valorização e proteção da identidade cultural, o resgata da cultura, o intercâmbio cultural, conhecimento, compreensão e respeito à diversidade.

Richards (2007) afirma que o turismo cultural se faz presente em qualquer destino turístico, pois todo lugar possui cultura, só há então de se desenvolver o segmento para o turismo.

Ainda assim, o turismo cultural apresenta sua maior visibilidade no continente europeu, onde a segmentação é considerada um importante agente na mudança social e econômica. O continente possui o maior número de patrimônios tombados pela Organização das Nações Unidas pela Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO no mundo, são 486 de 1052 patrimônios, tantos naturais, como culturais (materiais e imateriais). A Itália é o país que mais possui bens tombados, são cinquenta e um, sendo quarenta e oito deles patrimônios culturais, o país é seguido de Espanha, França e Alemanha. (UNESCO, 2016). Os quatro países estão entre a lista dos 10 mais visitados do mundo (OMT, 2014).

Já no Brasil, segundo pesquisas do MTur (2006), o turismo cultural fica em terceiro lugar em questão de motivação de viagem para o turismo doméstico, mais de 12%, atrás apenas das motivações “visita aos parentes e amigos” e “turismo de sol e praia”. Destaca-se no segmento destinos como: cidades históricas de Minas Gerais (Ouro Preto, Mariana, Tiradentes, Diamantina, etc), Olinda – PE, Aparecida do Norte - SP, Paraty - RJ, zona turística da Costa do Descobrimento - BH, Blumenau – SC, entre outros.

Ainda existem classificações para especificar cada área do turismo cultural, como ressaltado durante a introdução desse trabalho. As que apresentam maior relevância nacional, de acordo com Mtur (2010) são: turismo cívico, turismo religioso, turismo místico, turismo étnico, turismo cinematográfico, turismo arqueológico, turismo gastronômico, enoturismo e turismo ferroviário. Assim como os segmentos turísticos, essas classificações também podem ser, e quase sempre estão, inter-relacionadas. Como é o caso do objeto de pesquisa do trabalho, o município de Marechal Cândido Rondon, que demonstra aspectos do turismo étnico interligado com o turismo gastronômico.

## 2.1 TURISMO ÉTNICO

Etnia, do dicionário, significa: “agrupamento de famílias numa área geográfica cuja unidade assenta numa estrutura familiar, econômica e social comum e numa cultura comum” (Dicionário Aurélio).

O turismo étnico se destaca como uma classificação do turismo cultural e é definido pelo MTur (2010) como a vivência de experiências e de contato direto com o modo de vida e identidade de uma localidade/grupo étnico. Beni (2002) destaca que turismo étnico refere-se a pessoas que viajam na busca:

[...] de suas origens étnicas locais e regionais, e também no legado histórico-cultural de sua ascendência comum. Incluem-se aí ainda aqueles que se deslocam com objetivos eminentes antropológicos para conhecer “in loco” as características étnico-culturais daqueles povos que constituem o interesse de sua observação (BENI, 2002, p. 145).

Para Silva e Carvalho (2010), o segmento oportuniza à comunidade local aprendizados sobre suas próprias características históricas e culturais, ressaltando então, a importância dos referenciais culturais para o fortalecimento da identidade de um povo. Sendo assim, muitas localidades passam a preservar seus diferentes legados, objetos históricos, bens simbólicos e manifestações populares para poder inserir no mercado para o desenvolvimento do turismo.

No Brasil, o turismo étnico envolve comunidades de representatividade de imigrantes europeus e asiáticos, comunidades indígenas, quilombolas e outros grupos que preservam seus legados étnicos valorizando sua cultura, tradições e costumes (MTur, 2006). Canclini (1990) afirma que a utilização de manifestações culturais como patrimônio podem gerar bens de valor econômico, já que o turismo possibilita a expansão desse mercado. “Por Meio da atividade turística, os patrimônios culturais, em suas mais diversas formas e manifestações, tem conquistado visibilidade e



valorização no mercado cada vez mais competitivo e globalizado” (TOMAZZONI, 2008, p. 9).

Destacam-se no turismo étnico brasileiro comunidades quilombolas no nordeste, as indígenas no norte, de imigrantes europeus e asiáticos no sul e sudeste e comunidades pantaneiras no centro-oeste do país. Recentemente, é possível notar interesse e investimentos por parte de governos estaduais para o desenvolvimento do segmento nessas comunidades, por exemplo, no ano de 2015, o governo do estado de Mato Grosso em parceria com a Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) anunciou um projeto socioambiental, patrimonial e turístico em comunidades tradicionais do Pantanal Mato-grossense, visando ministrar oficinas, contribuindo com a comunidade para que essa amplie seus saberes e valorize seu patrimônio enquanto potencialidade atrativa para o turismo. Assim como o governo da Bahia, auxiliando na divulgação da comunidade quilombola do município de Cachoeira, essa que elaborou um roteiro de turismo étnico em parceria com o Sebrae e iniciativas privadas.

Na região sul, apresentam-se destinos de turismo étnicos com bom planejamento, desenvolvimento e divulgação tanto na área pública quanto na privada, podendo citar os municípios do Vale Europeu e Treze Tílias em Santa Catarina, ou a Serra Gaúcha no Rio Grande do Sul.

Um dos exemplos, localizada no oeste do estado de Santa Catarina, Treze Tílias é a cidade brasileira com o maior número de descendentes austríacos, e se vende como “um pedacinho da Áustria no Brasil” (Governo do estado de Santa Catarina, 2016). O conjunto arquitetônico do município, suas festividades, gastronomia, costumes e manifestações estão todas ligadas a etnia austríaca. O desenvolvimento turístico do local vem sendo praticado desde início dos anos oitenta, com a criação da secretaria de turismo do município e o incentivo a caracterização da cidade baseando-se na região do Tirol – Áustria. O turismo na região proporcionou geração de renda, oportunidades de negócios e mais empregos (LEMOS, FREGA E SOUZA, 2008). Os três autores ainda ressaltam que a consolidação do destino só se tornou possível com o engajamento da comunidade local. Já que para que a atividade turística seja bem desenvolvida, necessita-se de total e ativa participação da população, não apenas de incentivo público e privado.

O município a ser retratado nesse trabalho apresenta possibilidades para um estudo turístico a partir de um viés étnico em função de suas características históricas e culturais de imigrantes alemães oriundos do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

## 2.2 TURISMO GASTRONÔMICO

Outra vertente do turismo cultural a ser explorada nesse trabalho é o turismo gastronômico, esse que baseia-se no deslocamento de visitantes com motivação vinculada a práticas gastronômicas de um determinado local (GÂNDARA; GIMENES; MASCARENHAS, 2009). A gastronomia apresenta-se como atrativo turístico visto que ela não tende apenas a saciar a fome, mas sim a aproximar pessoas, identificar traços culturais e valorizar o modo de fazer. (BRAZ E VEIGA, 2011). Gângara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 285), mais profundamente explicam:

[...] a partir da articulação da atividade turística com a oferta gastronômica, o que se oferece é a possibilidade do comensal entrar em contato não apenas com a iguaria em si, mas também estabelecer uma conexão com a história, a cultura, e a gente daquela localidade, compartilhando valores e costumes que acompanham o alimento desde seu estado bruto (*in natura*) até a mesa, permitindo ao turista uma espécie de “degustação” da realidade visitada.

Como apresenta Gimenes (2009), esse segmento pode ser operacionalizado de várias maneiras, como rotas e roteiros, restaurantes e estabelecimentos alimentícios especializados, e ainda como eventos e festivais gastronômicos, geralmente focados em pratos típicos.

A gastronomia ligada com o turismo pode ajudar na geração de novos empregos, atrair um número maior de visitantes para certo destino turístico, proporciona a chegada de novos investimentos para a localidade, além de também ser fonte da cultura local. (MASCARENHAS, 2005)

Schluter (2003) diz que a identidade de um povo é bastante expressa pela sua gastronomia, criando assim uma cozinha de caráter étnico para a utilização no desenvolvimento turístico local, ressaltando suas características culturais. Regiões que apresentam pratos típicos, com a intensão de atrair visitantes e aumentar sua lucratividade, promovem eventos gastronômicos, auxiliando assim, na preservação da cultura local (BARCZSZ E AMARAL, 2010).

Serve de exemplo de turismo gastronômico pelo mundo, países como a Itália referencia nas massas, queijos e vinhos, a França ressaltando a culinária gourmet, a Alemanha com seu tradicional chope e variedades de salsichas, os chocolates da Suíça e Bélgica e ainda os fortes e exóticos temperos da comida mexicana.

Em território brasileiro, podemos exemplificar destinos para o turismo gastronômico como a região do Nordeste, com o acarajé, a tapioca, o vatapá, a pamonha, entre outros, na região Norte são referências o famoso açaí e o guaraná. Já na região sul, a maior referência para o turismo gastronômico é a serra gaúcha, apresentando vinhos, chocolates, além do tradicional churrasco e chimarrão.

No Paraná encontra-se diversos municípios que possuem seu prato típico, e grande parte delas realizam festas gastronômicas para evidenciar seus pratos. Alguns dos pratos mais conhecidos do estado são: o Barreado, do município de Morretes, o Porco no Rolete, de Toledo, o Carneiro no Buraco, de Campo Mourão, e o Boi no Rolete, de Marechal Cândido Rondon. Salvo o Barreado, todos as iguarias são de cidades do interior do estado e apresentadas em eventos gastronômicos, recebendo milhares de visitantes a cada ano, aprimorando a economia local e preservação.

### 2.3 PATRIMÔNIO E TURISMO

Patrimônio cultural possui uma abrangência muito ampla, e segundo Pellegrini (1993), são considerados produtos do sentir, do agir, do pensar, arquivos bibliográficos, peças de valor etnológico, desenhos artísticos e científicos, e objetos que sejam significativos para o estudo da arqueologia de uma época ou povo.

Barreto (2000) aprofunda o tema e inclui ainda a arte, como a dança, o teatro, a música e a literatura, mostrando assim que patrimônio cultural pode ser um bem tangível como também um bem intangível. Patrimônio conceitua-se como tudo que pertence a um povo, deixado através da herança cultural que foi transmitido de geração para geração e é um fator de memória de sociedades.

Machado e Dias (2009) dissertam que o patrimônio é um elo entre o homem e seu meio, a comunidade e seu território, é tudo que o homem atribui ao legado material e imaterial de sua nação e também representa um processo simbólico de legitimação social e cultural de objetos e modos de fazer que pertencem a certo grupo e que conferem o sentimento coletivo de identidade, fazendo assim com que “toda construção patrimonial torne-se uma representação simbólica de certa identidade” (MACHADO E DIAS, 2009, p. 2). Assim sendo, esses símbolos tornam-se veículos privilegiados de transmissão cultural de uma localidade.

Ao notar o crescimento de viagens nacionais e internacionais com a demanda dirigida a conhecer legados culturais e históricos de destinos turísticos nota-se que o patrimônio cultural é um elemento de extrema importância para a atividade turística.

Mas para que o patrimônio seja trabalhado como um produto turístico, há a necessidade de primeiramente trabalhar e destacar a população local e seus bens culturais, que precisam mostrar características e valores bem determinados para que assim a atividade turística possa ser realizada sem evitar a descaracterização ou prejudicar a estrutura social e cultural do local.

Para que o turismo se desenvolva, antes de tudo é necessário a participação da comunidade local, “Uma comunidade que não conhece a si mesma dificilmente poderá comunicar a importância do seu patrimônio” (MURTA E GOODEY, 2002, p. 11). Assim, a interpretação em prática deve primeiramente levar aos moradores a descobrir, ou redescobrir, novas formas de observar e apreciar seu lugar, desenvolvendo dessa forma, atitudes preservacionistas.

Interpretar o patrimônio é caracterizado, segundo Murta e Goodey (2002) como o processo de acrescentar valor à vivência do visitante por meio de fornecimento de informações e representações que destaque a história e características culturais de um local. As lembranças pessoais e experiências do passado, fotografias e registros de eventos familiares em qualquer cultura fornecem marcos de vidas individuais como também apresentam grande valor para a interpretação do patrimônio.

“O desejo pessoal e local de falar de seu lugar, do passado histórico, de acontecimentos, ou mesmo problemas atuais, bem como a coleta de evidências pessoais da história, são fundamentais no processo de interpretação e valorização” (MURTA e GOODEY, 2002, p. 13).

O patrimônio fortalece a identidade cultural, funcionando como elemento fortalecedor da identificação com a comunidade, cultura e tradição e também permite realizar uma ligação entre passado e presente agindo como instrumento de coesão e sentimento de pertença e continuidade histórica de um local. Para que o patrimônio permaneça “vivo” é de suma importância que a comunidade inserida viva a importância e o desejo de preservar e explorar seu determinado bem (GOMES 2007)

Para Camargo (2002), os atrativos de uma determinada localidade devem, primeiramente, estar voltadas para a população local, assim dando condições para uma futura e eventual apropriação para o turismo. Demonstrando assim que é primordial a participação e o desejo da comunidade no desenvolvimento da atividade turística cultural no local, não há forma de desenvolver o turismo apenas se houver o apoio de órgãos públicos e privados e não obter o interesse de participação e integração pelo lado dos cidadãos.

Relatado o conceito de turismo cultural, suas vertentes – turismo étnico e gastronômico – e a relação da valorização do patrimônio para com o turismo, o próximo capítulo irá contextualizar o município de Marechal Cândido Rondon, e então demonstrar como esses quatro conceitos se adequam no município, objetivando análises de suas características geográficas, históricas e turísticas.

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO MARECHAL CÂNDIDO RONDON

O município de Marechal Cândido Rondon está localizado na microrregião geográfica de Toledo (Figura 01) no oeste do estado do Paraná, região que também corresponde ao terceiro planalto paranaense (Figura 02), à 578 km da capital Curitiba. Segundo o censo do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - de 2010, possui um IDH de 0,774, sendo um dos dez maiores do Paraná, e uma população de 46. 819 habitantes abrangidos em um espaço territorial de 748.002 km<sup>2</sup>. É composto ainda por sete distritos: Bom Jardim; Iguiporã; Margarida; Novo Horizonte; Novo Três Passos; Porto Mendes; e São Roque. Diante de suas características geográficas, seus municípios limítrofes são: Quatro Pontes, Ouro Verde do Oeste, São José das Palmeiras, Entre Rios do Oeste, Pato Bragado, Mercedes e a República do Paraguai.

**Figura 1:** Microrregião geográfica de Toledo

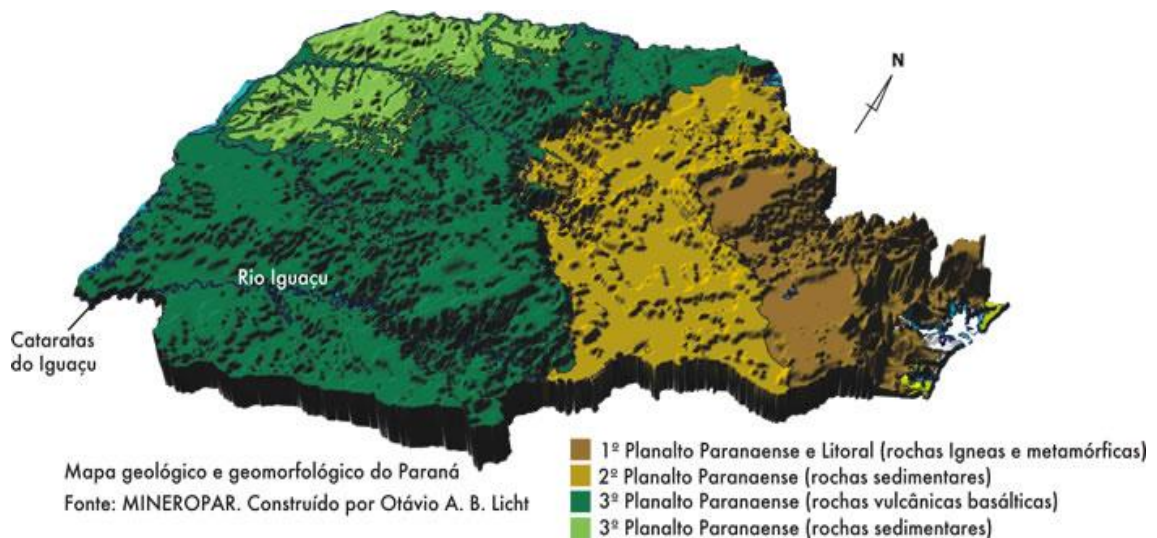


Fonte: <http://www.policiacivil.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=90>

De acordo com a prefeitura municipal, “Vila Florida” era o nome do povoado que residia na região, até que no ano de 1953, foi promovida a distrito administrativo de Toledo e nomeada de General Rondon. Apenas no dia 25 de julho de 1960, em razão da Lei 4.245, sancionada pelo governador do estado do Paraná, na época, Moisés Lupion, a vila General Rondon foi emancipada a município, e fora denominado

Marechal Cândido Rondon. Nome esse em homenagem ao militar e geógrafo Cândido Mariano da Silva Rondon, que concebia o posto de marechal pelo exercito brasileiro.

**Figura 2:** Terceiro Planalto Paranaense



A economia local é estruturada primeiramente pela agropecuária, cultivo de soja, milho, mandioca, frutas, gado e suíno, seguido da agroindústria com a produção de laticínios e alimentos, a indústria e a prestação de serviços (IBGE, 2006).

### 3.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DO MUNIIPIO DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON

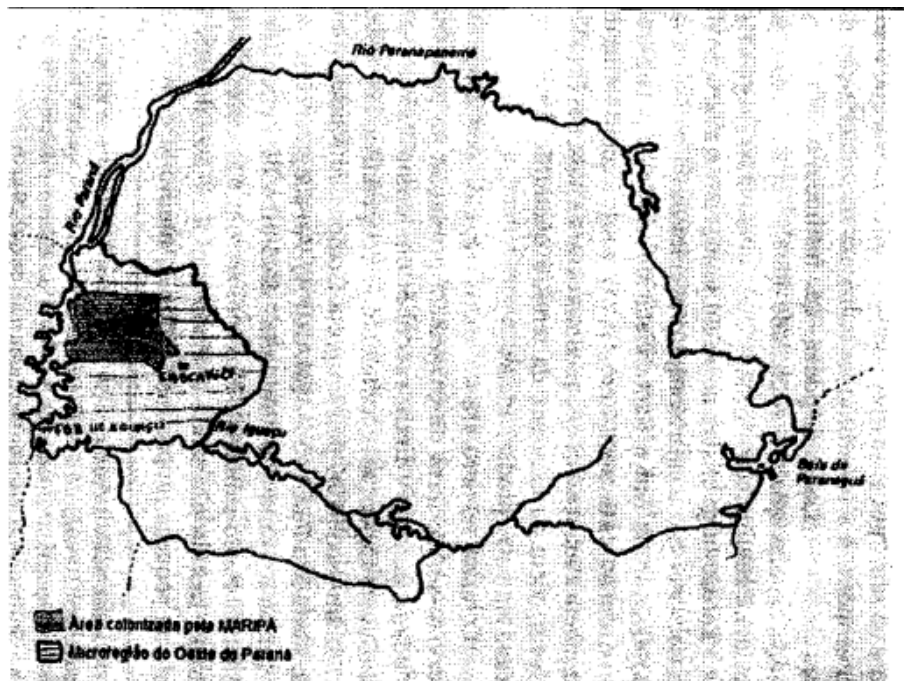
Segundo Saatkamp (1985), os primeiros dados históricos da região refere-se a ocupação espanhola com indícios das missões jesuíticas e a rivalidade por terras entre território espanhol e português desde o século XVI até o fim do século XIX. Já no início do século XX a região foi ocupada por empresas estrangeiras que tinham como objetivo a exploração natural da região, como a madeira e a erva-mate. Descrita como um território abandonado e deixado de lado pelo governo brasileiro (GREGORY, 2000), essas empresas também eram denominadas de *obrages* e foram estagnadas em meados de 1925 durante a passagem da Coluna Prestes.

Sob a perspectiva de expansão agrícola, política e territorial, buscando desenvolvimento e progresso no país, começa um incentivo de colonização de áreas de “vazios demográficos” pelo governo brasileiro, que representava o projeto “Marcha para o Oeste” (GONZALEZ, 2004).

O processo de colonização de Toledo e região, onde Marechal esta inserida, ocorreu durante o final da década de 1940 e se deu através da Companhia Industrial Madeireira e Colonizadora Rio Paraná Ltda. – MARIPÁ (Figura 3), a qual foi criada em

Porto Alegre, Rio Grande do Sul em 1946 (STEIN, 2000). Esse procedimento impulsionou a fixação de propriedades rurais e urbanas no local, e foi responsável pela instituição do projeto piloto das sedes municipais da região, (FERRARI, 2009). A presença da companhia na região levou a vinda de descendentes europeus: italianos, poloneses e principalmente alemães, oriundos do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, responsável pela maior influência cultural do município e região oeste paraense. Segundo Silva (1988), não apenas uma colonização qualquer, mas sim, um evento específico, único, pensado e projetado pela Maripá e seu líder, Willy Barth, projeto esse que é caracterizado como a “mais perfeita colonização planejada de todo o país” (SILVA, 1988, p. 90).

**Figura 3:** Área colonizada pela Companhia Maripá



Fonte: SCHREINER, Davi Felix. Colonização Trabalho e Poder. A Formação da Cultura do Trabalho no Extremo Oeste do Paraná. Segunda Edição, Toledo, 1997. p. 19.

Willy Barth, gaúcho de origem alemã e fundador da cidade de São Miguel do Oeste, Santa Catarina, foi considerado um grande líder não apenas por bem administrar a colonizadora Maripá e vender terras, mas sim por proporcionar apoio material e moral aos colonos (STEIN 2000). Muitas das atividades realizadas pela Maripá eram atribuídas como realizações de Barth, principalmente a fundação da Vila General Rondon.

De acordo Saatkamp (1985), a modernização e mecanização da cultura foi o precursor do êxodo rural em Marechal assim como diversos problemas urbanos e a



degradação das condições de vidas durante a década de 70. Ainda assim foi uma época também tratada como um desenvolvimento acelerado, avanço econômico e aumento de produtividade.

Paralelamente ao desenvolvimento e crescimento econômico e o êxodo rural do município, percebe-se a necessidade de reafirmar a importância da cultura germânica como elemento identificador dessa comunidade, dessa forma, no início da década de 1980, nasce o projeto de germanidade.

### 3.2 PROJETO DE GERMANIDADE

Já a década de 80 é retratada como o processo de germanização do município. O projeto de germanidade pode ser entendido segundo Gonzalez (2004), por um conjunto de ideias, práticas e discursos para um resgate das raízes alemãs de Marechal Cândido Rondon, foi elaborado pelo poder público em conjunto com o empresariado local e então reproduzido pela imprensa e por trabalhos historiográficos. Gonzalez (2004) explica que apesar da colonização apresentar em sua grande maioria imigrantes de origem alemã, esse processo foi realizado pela elite empresarial rondonense e se trata de algo artificial e inventado, dizendo assim, ainda que no município a descendência e a cultura alemã esteve sempre presente no município, ela não se representava em sua arquitetura e em grandes festas, pois não havia esse apelo cultural (ex: construções e reforma de fachadas em enxaimel e Oktoberfest).

Segundo a prefeitura na época, o projeto de germanidade se sustentava no motivo de que a identidade alemã do povo estava se perdendo durante os anos, a língua e os costumes germânicos já não estavam mais tão presentes, isso em razão do êxodo rural e a mecanização da agricultura durante os anos 70. Assim sendo, criou-se uma série de elementos históricos e símbolos idealizados como a música, a dança, pratos típicos, dialeto, além da Oktoberfest (GONZALEZ, 2004). Demonstrando que para o projeto obter êxito seria necessário demonstrar a população a legitimidade de tal, utilizando-se assim a sustentação histórica. “Toda tradição inventada, na medida do possível, utiliza a história como legitimadora das ações e como cimento da coesão global” (HOBSBAWM; 1997, p 21). Gonzalez ainda ressalta:

Como se houvesse despertado de um sono profundo, a cidade e a população (...) passam a buscar um “resgate” de suas raízes germânicas-europeias, que haviam sido constituídas pela colonização dita étnica da Empresa Maripá, mas que em algum momento da história, por motivos não mencionados, teriam se perdido. (GONZALEZ, 2004, p. 215).

Apesar de toda discussão do autor sobre a “falsa” cultura germânica no município, a descendência alemã em Marechal sempre foi predominante perante as outras etnias, de acordo com uma reportagem do Jornal de Londrina de 1992, pelo menos 80% da população rondonense tem sua origem do povo alemão.

Borstel (1992) realiza uma pesquisa no município e demonstra que a língua germânica é presente no dia a dia da população. Primeiramente o autor analisa colégios estaduais e particulares, observa-se que na instituição de ensino particular luterana, a língua alemã é uma matéria obrigatória a partir da segunda série (atualmente terceiro ano do ensino fundamental), onde ensina-se a leitura, escrita, interpretação e a gramática germânica. Depois, Borstel observa o movimento de diversas lojas e empresas na cidade e descreve que em todos estabelecimentos a língua alemã foi utilizada para interação de cliente e fornecedor. Notou-se que as pessoas com mais de 50 anos falavam mais o alemão do que o português, já adultos de 20 a 50 anos falavam igualmente as duas línguas, enquanto crianças e adolescentes predominavam o português, ainda que se utilizavam muito do dialeto e expressões germânicas.

Objetivou-se com o paragrafo a cima, demonstrar que a cultura germânica era bem enraizada em Marechal, portanto, não há motivos para que o resgate da identidade que buscava-se realizar com o projeto de germanidade fosse “falso”.

O objetivo do projeto era se diferenciar das demais cidades brasileiras, para que o diferente atraísse turistas e conseqüentemente crescimento na economia. Stein (2000) demonstra que os dialetos locais e discursos sobre a origem do povo colonizador daquelas terras não deveriam ser vistos como algo atrasado e sim como algo que deve ser valorizado e incentivado através da arquitetura e eventos, incrementando o desenvolvimento turístico.

A prefeitura incentivava com a redução e em alguns casos até a total isenção de IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) para aqueles que ajustassem as fachadas de suas edificações em estilo enxaimel (arquitetura tradicional alemã) e os benefícios em relação ao imposto poderia durar até dez anos, dependendo de quão característico a edificação se mostrasse (STEIN, 2000).

Embora esteja principalmente concentrado na área central do município, o projeto arquitetônico germânico foi bem planejado e realizado, assim como as festas típicas. Destaque maior para a Oktoberfest, que perdura até hoje, teve sua primeira edição realizada em 1987 durante todo o mês de outubro com bailes distribuídos por

todos os distritos, com plena participação da comunidade local. A festa apresentava músicas e danças típicas juntamente com a venda do chope e pratos típicos como o *Eisbein* e o *Kassler*.

Ao atingir êxito com o projeto, Stein (2000) ainda ressalta que a década de 90 demonstra o forte investimento na divulgação turística, dando atenção para as festas típicas, pois essas se mostraram positivas em aspectos econômicos para a cidade, no setores da hotelaria, comércio e prestação de serviço. Rondon então começa a se vender como “a cidade mais alemã do Paraná”(Figura 04).

**Figura 4:** A cidade mais alemã do Paraná.



Fonte: Folder produzido e distribuído pela Prefeitura Municipal de Marechal Cândido Rondon, 1996

A partir da imagem acima, que divulga a cidade de Marechal como a mais germânica do Paraná, reafirma a importância de associar o turismo municipal com a cultura alemã. Dessa forma, a próxima unidade irá introduzir de que forma o turismo é trabalhado no município, tratando tanto de ações públicas como ações privadas.

### 3.3 MARECHAL CÂNDIDO RONDON E TURISMO

Marechal Cândido Rondon é um município integrante da Agência de Desenvolvimento da Região Turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu - ADETUR CATARATAS E CAMINHOS. De acordo com o site da agência, é uma entidade criada no ano de 2012 e sem fins lucrativos, conta com a participação do poder público, privado e do terceiro setor da economia.

A ADETUR é a Instância de Governança do Turismo Regional, conforme estabelecido pelo Ministério do Turismo, através do Macro Programa de Regionalização do Turismo e de uma lei estadual que define as regiões turísticas do Estado do Paraná. (ADETUR CATARATAS E CAMINHOS, 2006).

A agência ainda ressalta que tem como objetivo estruturar e qualificar a região de seus municípios, a fim de torna-los mais atrativos, seguindo os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. A ADETUR Cataratas e Caminhos atualmente é formada por dezenove municípios, sendo eles: Foz do Iguaçu, Santa Terezinha do Itaipu, São Miguel do Iguaçu, Medianeira, Serranópolis do Iguaçu, Matelândia, Céu Azul, Itaipulândia, Missal, Diamante do Oeste, Santa Helena, São José das Palmeiras, Entre Rios do Oeste, Pato Bragado, Marechal Cândido Rondon, Mercedes, Terra Roxa e Guaíra, no estado do Paraná, além de Mundo Novo, no Mato Grosso do Sul.

Em relação ao poder público, o turismo municipal é representado pela secretaria de Industria, Comercio e Turismo, esta destaca a grande influência cultural germânica em Marechal e que trabalha principalmente com o Turismo de Pesca e o Turismo Cultural dando foco para a realização de eventos de grande impacto. Ainda tem como objetivo inserir novos circuitos para outros segmentos em seu roteiro turístico, como o Turismo Rural e o Turismo de Aventura.

Ainda se tratando do poder público, no ano de 2014 foi criado a Fundação Promotora de Eventos de Marechal Cândido Rondon - PROEM, segundo o site da prefeitura municipal, essa tem como finalidade formular, coordenar e executar ações relacionadas à área de turismo, cultura, esporte, lazer, meio ambiente, entre outros. Cabe a PROEM ainda, promover e realizar ações para projetos e programas em eventos, feiras e exposições, como também manifestações artísticas e tradicionais. Atualmente organiza os eventos de maiores visibilidade do município, como a ExpoRondon e a Oktoberfest.

A empresa Giacobbo Turismo e Eventos foi a primeira e única agência receptiva de turismo do município, segundo o site da empresa, não atualizado desde 2011, a Giacobbo mantinha seu objetivo em oportunizar formas de descanso, lazer e satisfação através dos atrativos turísticos encontrados em Marechal. Proporcionava uma equipe especializada, com nível de formação e treinamento para o atendimento qualificado a favor de seus clientes. Oferecia roteiros exclusivos para cada perfil de cliente, os passeios geralmente duravam o dia inteiro e poderiam se estender até a

noite. A empresa deixou de atuar em 2012, segundo o ex proprietário, devido a baixa procura pelos serviços em consideração aos gastos que a mesma tinha.

A cidade até nos dias atuais revela a aproximação com, não apenas a língua germânica, bastante demonstrada através em expressões durante a fala da população, mas ainda com várias outras demonstrações culturais, na dança, músicas, festividades e na gastronomia.

Marechal Cândido Rondon, por todo oeste do Paraná, é exaltada pela sua cuca (Figura 05) uma espécie de pão em formato de bolo, adocicado coberto com uma farofa doce e é normalmente recheada, as mais tradicionais são de requeijão e coco. O jornal municipal O Presente (2014) revela que a cuca rondonense é famosa não apenas na região e extrapola até o estado do Paraná, indo a regiões como Rondônia. “Se tem uma coisa que o rondonense sabe fazer como ninguém, é a tal da cuca alemã [...] Tentar todo mundo tenta, mas para comer a cuca que conquistou o país, é preciso visitar Marechal Cândido Rondon” (Jornal O Presente, 2014).

**Figura 5:** Cuca



Fonte: Jornal O Presente. **Cuca de Marechal Cândido Rondon:** sucesso nacional de público e crítica.

Há ainda grupos folclóricos (Figura 06), apoiados pela prefeitura municipal, que buscam através da dança, preservar e resgatar as tradições culturais germânicas de seus colonizadores. Atualmente são cinco o número de grupos de dança da cidade,

abrangem todas as idades, desde crianças a idosos e se apresentam em vários eventos organizados pela prefeitura ou por entidades privadas.

**Figura 6:** Grupos de dança de Marechal Cândido Rondon



Fonte: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de Marechal Cândido Rondon.

A rede hoteleira possivelmente seja um dos grandes problemas para o turismo em Marechal, são seis meios de hospedagem cadastrados no MTur, cinco hotéis e uma pousada. Ao procurar avaliações realizadas na ferramenta Tripadvisor – site de viagens que fornece informações e opiniões de assuntos ligados ao turismo -, nota-se que apenas a pousada, localizada no distrito de Porto Mendes, e um dos hotéis, que fora inaugurado em 2016, não possui críticas ruins. Na pousada, de 19 avaliações, 17 delas foram “excelente” e duas “muito bom”, e no hotel, de 10 avaliações, sete foram assinaladas como “excelente” e três “muito bom”. Os outros quatro meios de hospedagem apresentam muitas reclamações, a maior parte das avaliações são assinaladas como “razoável” e também são classificados por viajantes como “ruim” e até “horrível”. Percebe-se que a oferta hoteleira no município além de ser pequena, em sua grande maioria, não atende as expectativas dos hóspedes.

Já as festividades demonstram ser as principais atrações turísticas rondonenses, e devido a grande positividade dos mesmos, a cada ano procura-se aprimorar e incentivar mais visitantes para haver um melhor desempenho em prol da cidade. A Expo Rondon, a Oktoberfest e o Festival de Ecoturismo, juntos, no ano de 2015, atraíram em média 137 mil pessoas (O Presente, 2015). Ainda que grande parte

desse número seja da população local, esses eventos vêm a ser de grande reconhecimento econômico para o município. De acordo com o site de notícias municipal, Aqui Agora (2015), somente a Festa Nacional do Boi no Rolete, realizada durante a Expo Rondon, movimentou em torno de um milhão de reais na economia de Marechal.

### 3.3.1 Atrativos e eventos

Seguindo informações da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, Marechal (2015) apresenta quinze atrativos turísticos, esses que serão todos listados abaixo, logo após serão descritos os atrativos que apresentam-se como culturais, sob influencia dos imigrantes alemães oriundos do RS e SC:

- Bunker Berlin;
- Galeria AK;
- Museu Padre José Gaertner;
- Parque de Lazer Annita Wanderer (praia de Porto Mendes);
- Casa do Artesão;
- Lago Municipal Rodolfo Rieger;
- Centro de Eventos Werner Wander;
- Sítio das Orquídeas;
- Pesque e Pague do Alli;
- Pesque e Pague Tropical;
- Cachoeira da Onça;
- Microcervejaria Haus Bier
- Festival de Ecoturismo;
- Oktoberfest;
- Expo Rondon.

**Bunker Berlin** (Figura 07): também conhecida como a Casa Gasa, encontra-se na área central do município chama atenção por sua arquitetura germânica e pelas lendas e boatos sobre o imóvel. Pertencia ao alemão Heribert Hans Joachim Gasa, começou a ser construída em 1960 levou cerca de 20 anos para ficar totalmente pronta. A casa possui três andares, sendo dois deles subterrâneos, contendo 38 cômodos. Atualmente o imóvel esta alugado por dois irmãos desde 2014 com a intenção de usar o local para festas, como casamentos, aniversários, baladas, e

também funciona como bar e restaurante, além de estar aberta para agendamento de visitas.

**Figura 7:** Bunker Berlin



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon

**Museu Histórico Padre José Gaertner** (Figura 08): Retrata a história dos imigrantes e da colonização do distrito de Porto Mendes até antes da criação do lago de Itaipu.

**Figura 8:** Museu Padre José Gaertner



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon



**Casa do Artesão** (Figura 09): Imóvel localizado na praça central Willy Barth, onde 40 associados municipais comercializam seus produtos artesanais (Figura 10), em sua grande maioria relacionados a cultura germânica, feitos na própria casa do artesão, durante segunda a sexta-feira.

**Figura 9:** Casa do Artesão



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon

**Figura 10:** Produto Artesanal - Casa de Boneca em estilo enxaimel



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon

**Centro de Eventos Werner Wander** (Figura 11): seu principal e maior pavilhão foi construído no estilo germânico e possui trinta e três fachadas diferentes, cada uma representando uma diferente cidade alemã. Tem capacidade para abrigar 20 mil

pessoas e é onde são realizados os maiores eventos no município: Expo Rondon e Ocktoberfest.

**Figura 11:** Centro de Eventos



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon

**Sítio das Orquídeas** (Figura 12): Se encontra no distrito de Novo Três Passos, o sítio apresenta o serviço de apreciação de variadas espécies de orquídeas, além de proporcionar ao visitantes um café colonial típico alemão com produtos alimentícios artesanais como bolachas, cucas, pães, entre outros.

**Figura 12:** Sítio das Orquídeas



Fonte: Secretaria de Industria, Comercio e Turismo de Marechal Cândido Rondon

**Microcervejaria Haus Bier** (Figura 13): é uma fábrica de chope natural que dispõem de uma choperia como local de lazer e entretenimento, onde são oferecidos diversos tipos de *chopp*, são oito opções de sabores diferenciados e um restaurante apresentando a comida típica alemã. É possível ainda agendar visitas técnicas para conhecer toda a estrutura da fábrica, desde o processo de fabricação até saborear um chope retirado diretamente do tanque de fermentação.

**Figura 13:** Microcervejaria Haus Bier



Fonte: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de Marechal Cândido Rondon.

**Oktoberfest** (Figura 14): a verdadeira e famosa Oktoberfest, originou-se no século XVIII, na região da Bavieira, estado alemão cuja capital é Munique, e vem sendo realizado desde então. Com o objetivo de resgate a cultura e identidade germânica do povo rondonense, a oktober fazia parte das metas do Projeto de Germanidade, aplicado durante os anos de 1980, teve sua primeira edição realizada no ano de 1987, substituindo a então “Festa da Cerveja” (STEIN, 2000).

Na época, como declara Stein (2000), um equipe formada no município, foi enviada a Blumenau para acompanhar a versão da festa alemã lá realizada, colhendo informações, imagens, vídeos e alguns objetos a fim de tomar exemplo e inspiração para a edição que seria realizada em Marechal, adequando as circunstâncias e ao jeito de viver da cidade paranaense.

Além do evento principal, durante o final do mês de setembro até metade de outubro, ocorriam as “pré-oktober” festas preliminares realizadas nos distritos, onde

eram selecionadas as candidatas a rainha da festa, que seria coroada durante a abertura da festa principal. Atualmente, é realizada apenas no centro de eventos Werner Wander, o nome “rainha” foi modificado para “soberana” e esta é coroada apenas no ultimo dia de festa.

A festa ocorre durante um fim de semana geralmente no fim de outubro, a abertura se dá por um desfile (Figura 15) de pessoas vestidas a caráter germânico e carros alegóricos em uma das avenidas principais da cidade. Aliado com o chope e as músicas típicas germânicas, constata-se a venda dos pratos típicos *Eisbein* e *Kassler* e apresentações de dança de grupos folclóricos tanto da cidade quanto grupos de fora.

**Figura 14:** Oktoberfest



Fonte: Secretaria da Industria, Comércio e Turismo do município de Marechal Cândido Rondon.

**Figura 15:** Desfile de abertura



Fonte: Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo do município de Marechal Cândido Rondon.

**Expo Rondon e Boi no Rolete:** uma das maiores feiras de exposições do Paraná, recebe mais de 100 mil visitantes no decorrer de quatro dias (Expo Rondon, 2016), acontece desde 1960 durante o mês de Julho, próximo ao dia 25, visando a comemoração da emancipação político-administrativa do município. A expo é composta por duas grandes feiras, a EXPOMAR, que é a exposição da indústria e comércio, e a EXPOPECUÁRIA, exposição do setor agropecuário e do agronegócio, como mostra de bovinos de leite, equinos, suínos e máquinas agrícolas.

Além das feiras, a Expo Rondon apresenta derivadas apresentações artísticas e culturais, proporcionando shows de artistas nacionais e regionais, e demonstrações folclóricas da cultura germânica. Conta ainda com parque de diversões.

Outro ponto alto do evento é a gastronomia, a tradicional Festa Nacional do Boi no Rolete (Figura 16) que acontece no domingo e ainda durante os quatro dias de evento, em três restaurantes são servidos pratos típicos alemães, gaúchos e o, também germânico, café colonial (Figura 17). O café colonial é servido durante toda a noite, já os pratos típicos alemães e gaúchos, durante o almoço e janta de quinta a sábado. Todas as refeições citadas, custaram, na edição de 2016, de vinte a trinta e quatro reais.

Seguindo instruções da programação oficial da Expo Rondon 2016, a refeição alemã é composta de *Eisbein* - joelho de porco –, *Kassler* - lombo de porco defumado

–, chucrute, salsichão e acompanhamentos. O café colonial serve iguarias caseiras como bolos, pães, tortas, bolachas, roscas, salame, morcilha, doces e geleias, tradicionalmente chamadas de chimias. O restaurante gaúcho apresenta pratos diferentes todo almoço e janta, esses que vão desde o tradicional churrasco até o carreteiro, ou ainda um costelão ao fogo de chão.

O boi no rolete é o prato típico de Marechal Cândido Rondon e trata-se do boi sendo inteiramente assado, girando sobre fogo ou brasa e tampado por cúpula (tampão que recobre o boi quando esta sendo assado). A Festa Nacional do Boi no Rolete foi acrescentada ao festa do município em 1978, por meio da lei número 1308 (SCHNEIDER, 2002). Sua origem, segundo Schneider (2002) se deu com um objetivo de rivalidade com o município vizinho, Toledo - onde a maioria dos imigrantes eram italianos - já que esse realizava a Festa Nacional do Porco no Rolete desde 1974. Um dos vereadores rondonenses teve a ideia para então demonstrar que Marechal, os alemães, conseguiria fazer um feito maior e melhor, já que um bovino tem maior proporção referente a um suíno.

Foi assado pela primeira vez no distrito de Novo Horizonte, passou pelo pavilhão da igreja católica até chegar no centro de eventos, onde é realizado até os dias atuais.

Os locais para a alimentação são divididos por boxes, cada entidade do município, em sua grande maioria, possui um box, e nele realiza o preparo e o assar do boi para seus convidados, o box ainda pode ser ornamentado na maneira que a entidade escolher. As entidades podem ainda decidir se seu box será aberto ao público que quiser comprar fichas para o almoço, ou se será apenas para convidados. Ainda que algumas entidades abram para o público em geral, esses possuem também a opção de comprar sua ficha de almoço junto ao restaurante gaúcho, onde no domingo, também é servido o prato típico de Marechal.

**Figura 16:** Boi no Rolete



Fonte: Jornal O Presente. Boi no Rolete movimenta R\$ 1 milhão e 22 mil pessoas. Marechal Cândido Rondon, 214.

**Figura 17:** Café Colonial



Fonte: Jornal Virtual Aqui Agora. Café Colonial Expo Rondon. Marechal Cândido Rondon, 2012.

Dado as informações sobre a relação com o turismo no município de Marechal Cândido Rondon e seus atrativos e eventos de caráter cultural étnico alemão, o próximo capítulo irá tratar da demonstração e análise da pesquisa de demanda realizada sobre o turismo cultural no município.

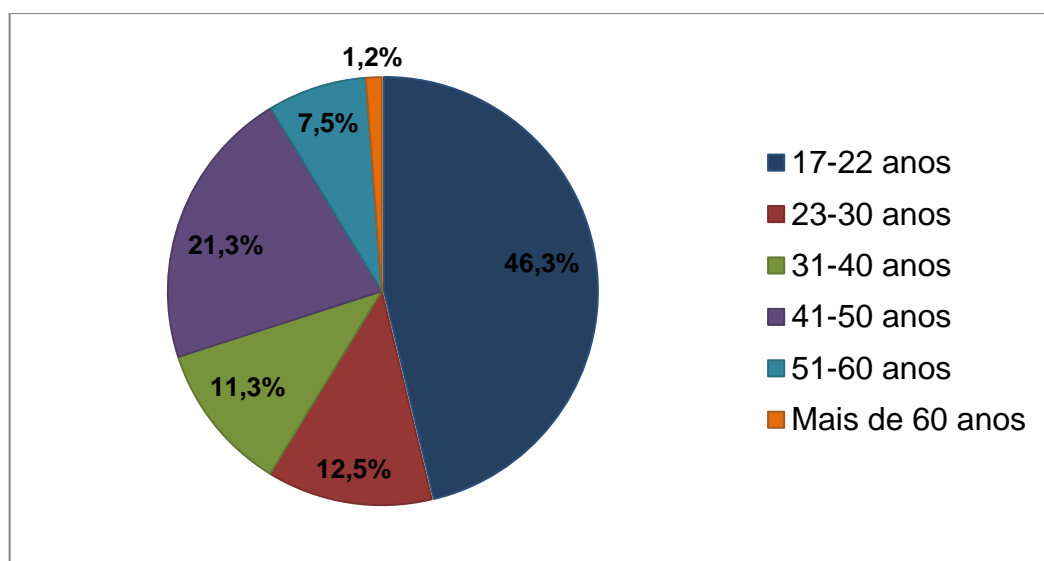
#### 4 ANÁLISE E DADOS DA PESQUISA

A pesquisa de demanda sobre o turismo cultural em Marechal Cândido Rondon (Apêndice I) foi realizada com uma demanda real e em potencial, entre os dias três de agosto de 2016 e vinte de setembro de 2016. Elaborada e aplicada pela autora via internet, utilizando-se da plataforma *google docs*, foram obtidas 80 respostas, com o objetivo de demonstrar como os aspectos culturais étnicos alemães se destacam turisticamente no município. O presente capítulo visa analisar os resultados dessa pesquisa.

Buscando-se através de pesquisas pela internet, jornais, bibliotecas e na prefeitura municipal não foram encontradas pesquisas que envolvesse alguma pesquisa de demanda turística anteriormente realizada na ou para a cidade de Marechal Cândido Rondon.

O questionário para os turistas efetivos se diferenciava do questionário para os turistas em potencial a partir da quarta pergunta, essa que se referia se o indivíduo já teria visitado o município. Caso respondesse “não”, haveria mais duas perguntas, se respondesse “sim”, haveriam mais seis. Para melhor visualização neste trabalho, serão exibidas as quatro primeiras questões, seguidas das outras seis em que se apresenta o turista efetivo, e então as duas últimas do turista em potencial.

**Gráfico 1:** Faixa Etária



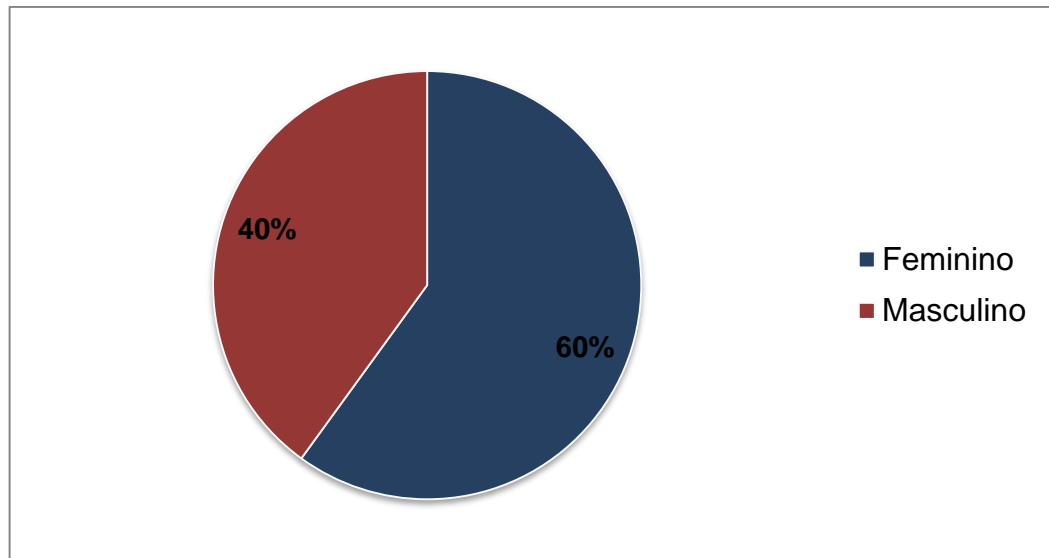
Fonte: Elaborado pela autora

A primeira questão referia-se a idade do interrogado, o gráfico acima mostra que a maioria e quase metade das pessoas que responderam o questionário, mais de



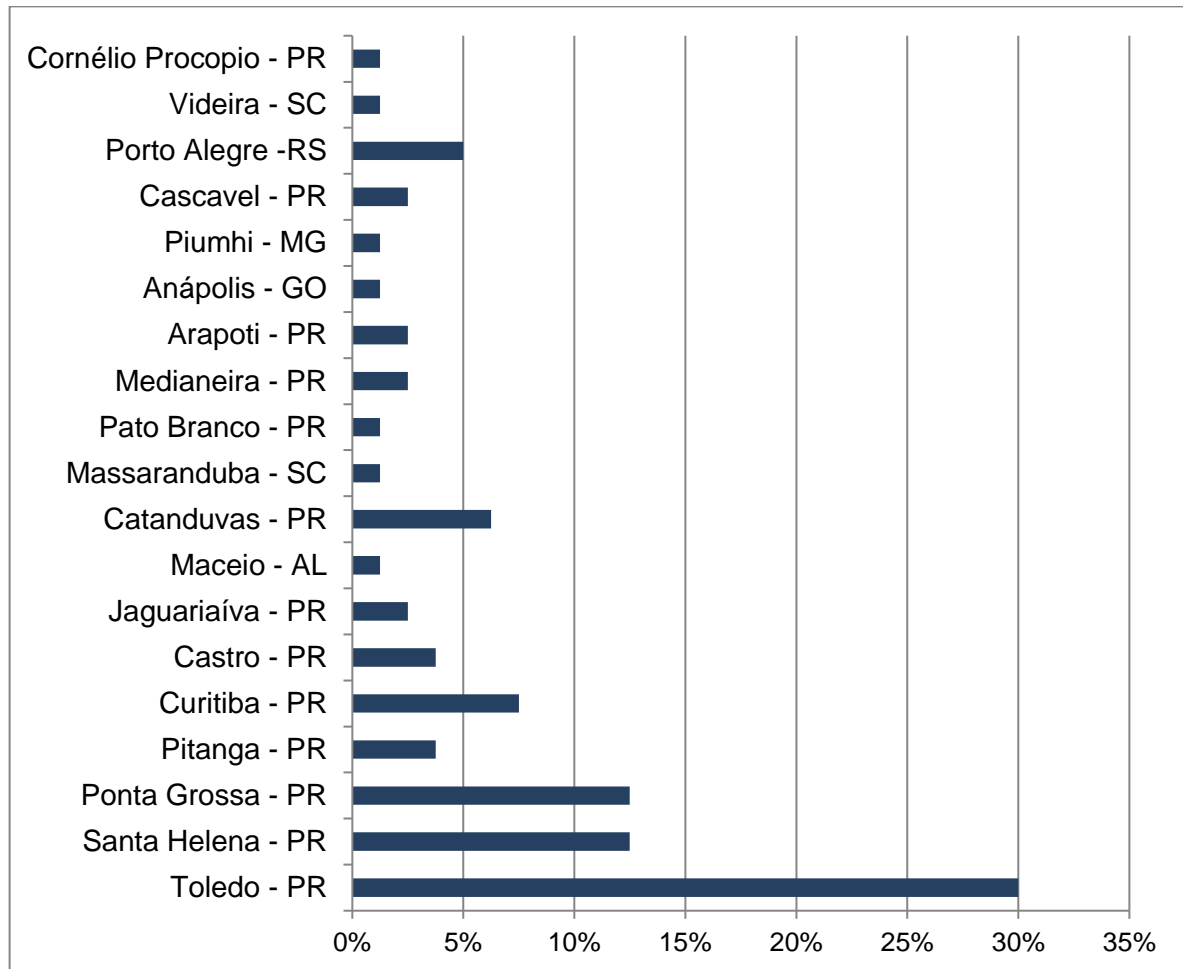
46%, possuía de 17 a 22 anos (37 pessoas), seguido de 21,3% (17) que assinalaram a alternativa 41 a 50 anos, 12,5% (10) com 23 a 30 anos, 11,3% (9) com 31 a 40 anos, 7,5% (6) obtinham de 51 a 60 anos, e apenas 1,2%, uma pessoa, com mais de 60 anos.

**Gráfico 2: Gênero**



Fonte: Elaborado pela autora

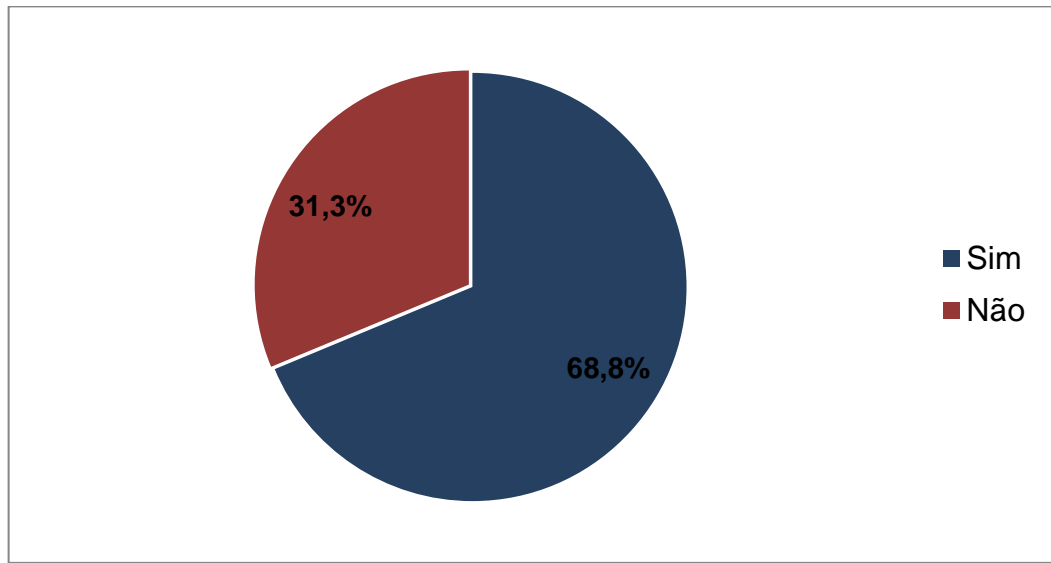
A questão que tratava do gênero do interrogado mostrou com o resultado que mais da metade eram do sexo feminino, representando 60% (48 pessoas) e 40% (32) correspondem ao sexo masculino.

**Gráfico 3: Cidade de origem**

Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico três demonstra as cidades de origem de cada questionado, as respostas derivaram de 19 municípios distintos, sendo 13 deles pertencentes ao estado do Paraná, também obtendo participações do estado de Goiás, Minas Gerais, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Toledo foi o município de origem que mais se obteve respostas, representando 30% dos interrogados (24), seguido de Ponta Grossa e Santa Helena com 12,5% cada (10 pessoas cada). Em seguida apresenta-se o município de Curitiba, com 7,5% (6), Catanduvas representando 6,25% (5) e Porto Alegre com 5% (4). Os outros municípios tiveram menos de 5% cada no resultado final, Pitanga e Castro obtiveram 3,75% (3), Jaguariaíva, Medianeira, Arapoti e Cascavel ficaram com 2,5% (2), Os restantes: Maceió, Massaranduba, Pato Branco, Anápolis, Piumhi, Videira e Cornélio Procópio tiveram 1,25% (1) cada.

**Gráfico 4:** Conhece a cidade de marechal Cândido Rondon?

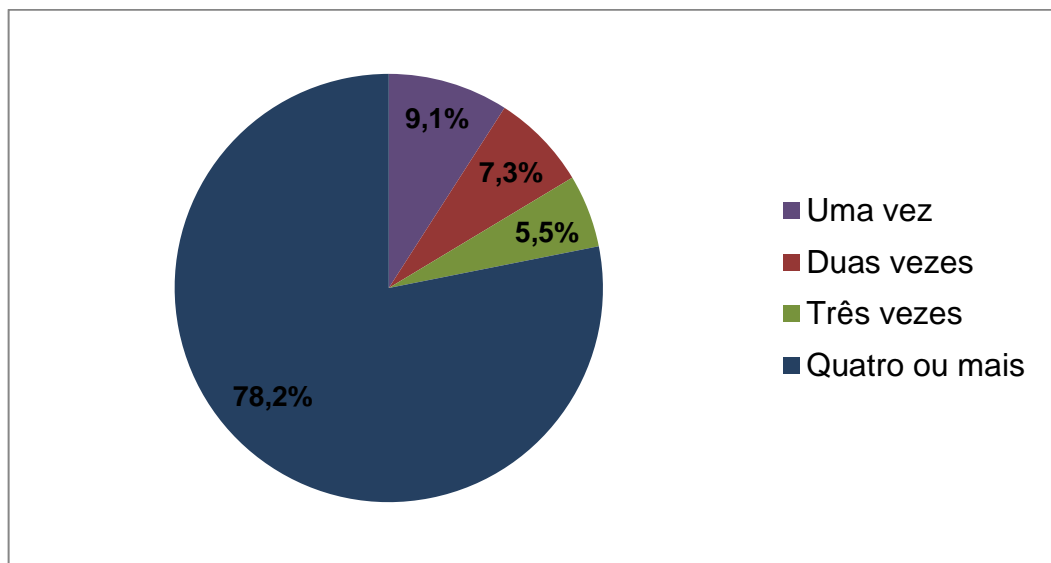


Fonte: Elaborado pela autora

A pergunta quatro era a que então dividiria o questionário para turistas efetivos e turistas em potencial, ao serem perguntados se conheciam a cidade de Marechal Cândido Rondon, mais da metade das pessoas, 68,8% (55) responderam “sim”, enquanto os outros 31,3% (25) responderam “não”.

Os seis gráficos a seguir, demonstraram as respostas dos 55 indivíduos que disseram conhecer o município.

**Gráfico 5:** Quantas vezes visitou?

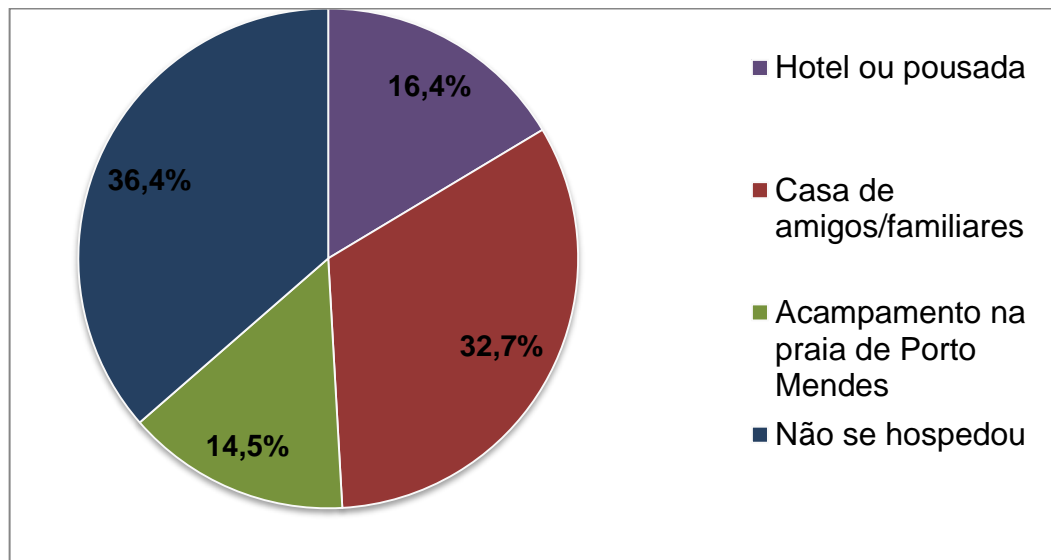


Fonte: Elaborada pela autora

Em relação a quantidade de vezes que visitou a cidade, 78,2% (43) das pessoas disseram ter visitado quatro vezes ou mais, outros 9,1% (5) foram apenas

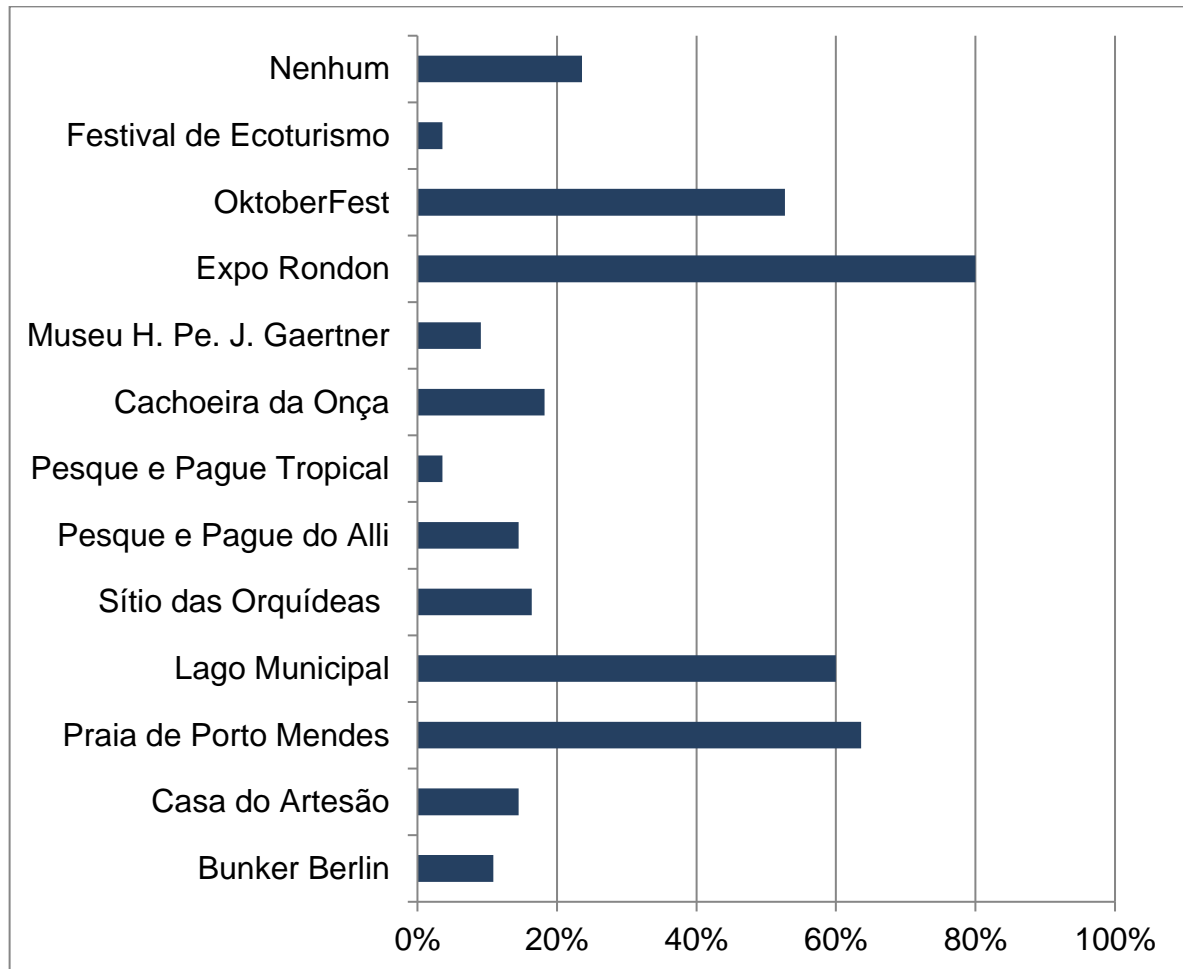
uma vez enquanto 7,3% (4) foram duas vezes e 5,5% (3) pessoas responderam terem visitado o município três vezes.

**Gráfico 6:** Onde se hospedou



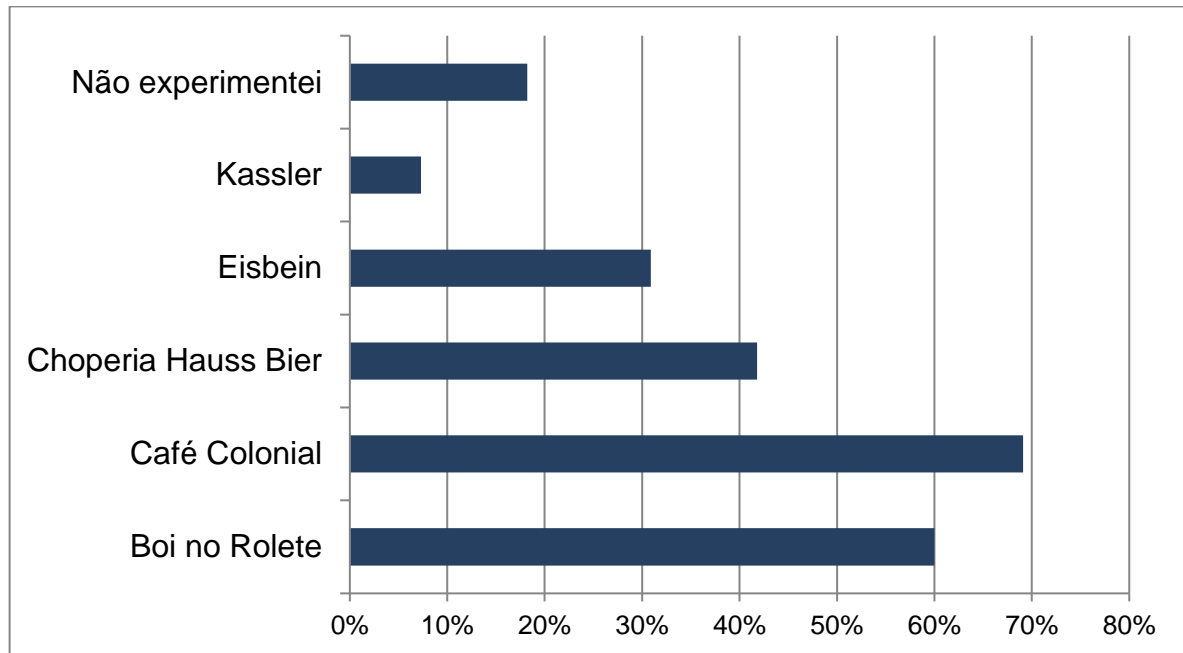
Fonte: Elaborada pela autora

Pelo gráfico 6, observa-se que boa parte dos questionados não se hospedaram em lugar algum quando visitaram Marechal, ou seja, foram e voltaram em um único dia, esses representaram mais de 36% (20). Outros 32,7% (18) pousaram em casas de amigos ou familiares, apenas 16,4% (9) estiveram em algum hotel ou pousada e 14,5% (8) acamparam na praia artificial de do distrito de Porto Mendes.

**Gráfico 7:** Quais atrativos e/ou eventos visitou?

Fonte: Elaborado pela autora.

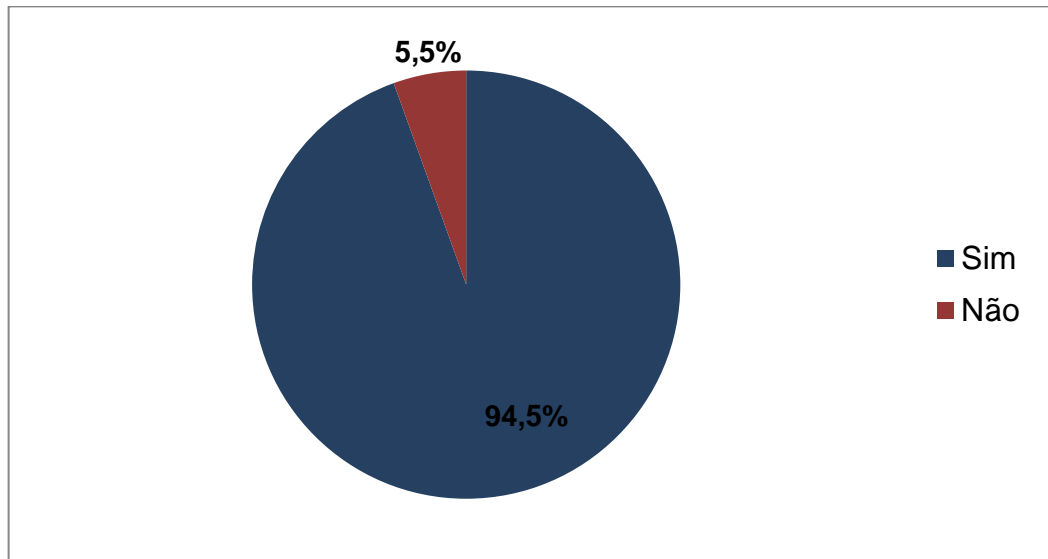
Em relação aos atrativos e eventos visitados, em que os interrogados poderiam apontar mais de uma alternativa, a Expo Rondon foi o evento/atrativo que mais recebeu assinaladas, 80% (44) das pessoas já presenciaram o evento. Em segundo lugar fica a praia artificial de Porto Mendes, rendendo 63,6% (35), seguido do lago municipal com 60% (33), e a *Oktoberfest* com 52,7% (29). O quarto atrativo mais visitado, segundo a pesquisa, foi a Cachoeira da Onça, representando 18,2% (10), após este, encontra-se o Sítio das Orquídeas com 16,4% (9), a Casa do Artesão e o Pesque e Pague do Alli juntos com 14,5% (8) cada, em seguida aparece a casa Bunker Berlin com 10,9% (6) e o Museu Histórico com 9,1% (5). O Pesque e Pague Tropical e o Festival de Ecoturismo foram os atrativos menos visitados, 3,6% (2) cada. Ainda houve 23,6% (13) das pessoas que foram até Marechal, porém acabaram não visitando nenhum desses atrativos.

**Gráfico 8:** Em relação a gastronomia local - provou ou visitou

Fonte: Elaborado pela autora

Já o gráfico 8 apresenta as respostas em relação a gastronomia local, qual o turista provou ou visitou (no caso da choperia) quando esteve presente no município. O café colonial típico alemão foi o que mais obteve respostas, com 69,1% (38), seguido do prato típico de Marechal, o Boi no Rolete, com 60% (33), e então a choperia Hauss Bier adquirindo 41,8% (28) das respostas. Os pratos típicos alemães, *Eisbein* e *Kassler* tiveram, respectivamente, 30,9% (17) e 7,3% (4) das assinaladas. Ainda houveram 18,2% (10) das pessoas que experimentaram ou visitaram nenhum deles.

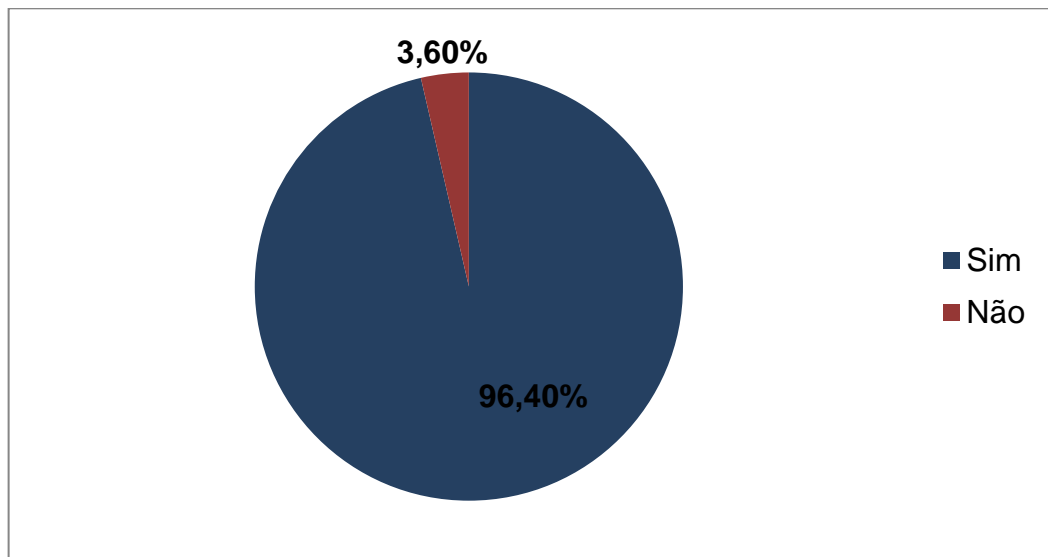
**Gráfico 9:** Você acha que o município possui potencial para o turismo cultural?



Fonte: Elaborado pela autora.

A nona pergunta, demonstrada no gráfico acima, questionava se o turista crê que Marechal Cândido Rondon possui potencial para desenvolver o turismo cultural. Quase um total de pessoas, 94,5% (52), responderam que sim, enquanto 5,5% (3) das pessoas acharam que Rondon não possui potencial para o turismo cultural.

**Gráfico 10:** Voltaria e/ou indicaria a alguém?

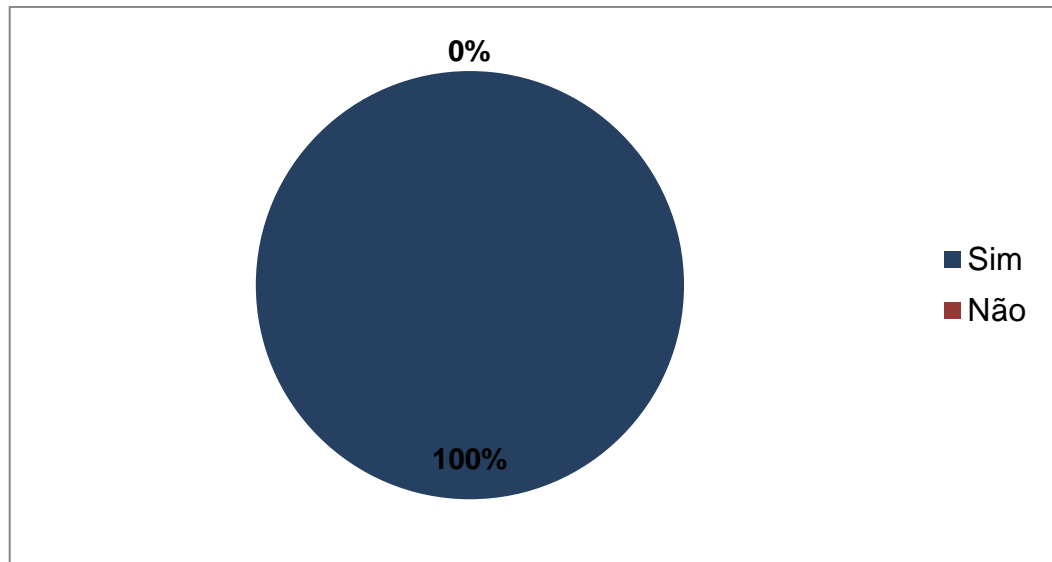


Fonte: Elaborado pela autora.

Quando questionados se voltariam ao município ou se indicariam a alguém para que fosse visitar, 96,4% (53) dos indivíduos responderam que sim, indicariam, e apenas 3,6% (2) das pessoas assinalaram que não indicariam.

Já as vinte e cinco pessoas que durante a quarta questão, responderam que não conheciam a cidade de Marechal, foram automaticamente remetidos a apenas mais duas questões, sendo elas: se já teria ouvido falar na cidade, e se possuía algum interesse em visitar a cidade “mais alemã do Paraná”.

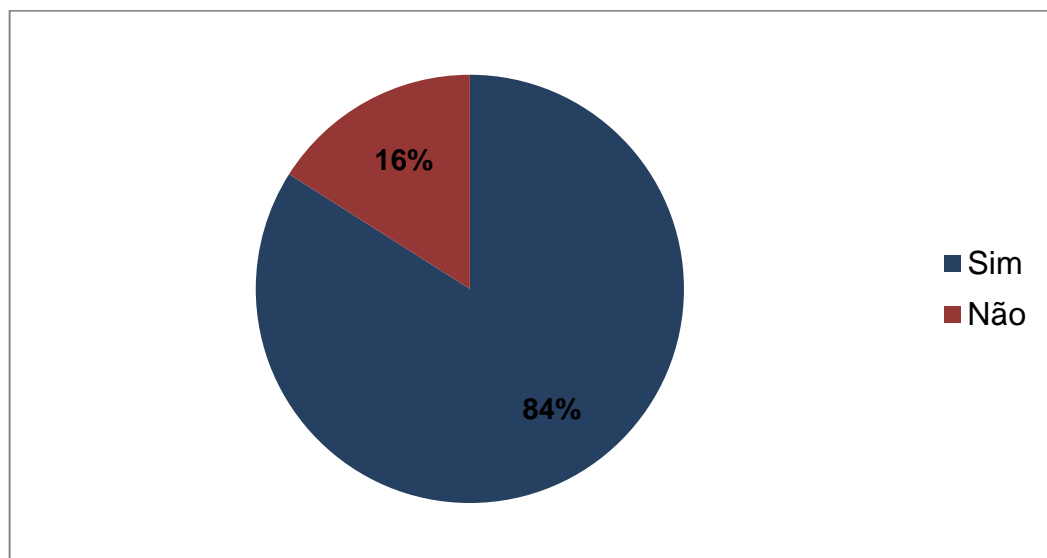
**Gráfico 11:** Já ouviu falar da cidade?



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico 11, que remete a questão cinco para os turistas em potencial, apresenta que todos os 25 perguntados já ouviram falar da cidade de Marechal Cândido Rondon.

**Gráfico 12:** Possui vontade de conhecer a cidade "mais alemã do Paraná"?



Fonte: Elaborado pela autora



E a última questão tratava do interesse dos questionados em conhecer a cidade “mais alemã do Paraná”, título dado a Marechal, 84% (21) responderam que gostariam de visitá-la, e apenas 16% (4) disseram que não tinham interesse em conhecê-la.

Pode-se verificar através dos gráficos que todas as pessoas que responderam o questionário, se não visitaram, ao menos já teriam ouvido falar do Município e em sua quase total maioria gostariam de conhecer a cidade, inclusive as respostas oriundas de outros estados brasileiros. Isso indica que Marechal ultrapassa os limites do Paraná e é reconhecida também nacionalmente. As respostas vindas de Maceió (1) e Porto Alegre (4), por exemplo, indicaram que já haviam visitado a cidade até quatro vezes ou mais.

Avaliando os gráficos 05 e 06 pode-se observar que apesar da maior parte dos questionados que visitaram a cidade, estiveram nela quatro vezes ou mais, quase metade deles não pernoitam na cidade, e outra grande parte se abriga em casas de amigos ou parentes. O número de pessoas, segundo a pesquisa, que se hospedam em hotéis ou pousadas é baixo e isso pode ter relação com o problema da rede hoteleira de Rondon apresentado no capítulo três desse trabalho. De seis meios de hospedagem avaliados na plataforma do TripAdvisor, apenas dois apresentam mais avaliações boas e excelentes do que ruins, sendo que um deles é localizado no meio rural em um dos distritos do município e outro foi inaugurado recentemente, no segundo semestre de 2016. De acordo com um dos indivíduos de Curitiba que respondeu o questionário e que, pessoalmente, argumentou com a autora, os hotéis de Marechal são velhos, não apresentam um ambiente acolhedor e necessitam de reformas. Observando os comentários do site TripAdvisor nota-se que a percepção da maioria é quase a mesma.

O que nos leva a presumir que um aperfeiçoamento nos meios de hospedagem de Rondon é uma das maiores sugestões para o desenvolvimento do turismo local. Tomando por base que a maior demanda turística do município acontece durante os eventos, principalmente a Expo Rondon/Boi no Rolete, ainda que a maioria dos turistas recebidos são regionais, fazendo com que esses vão e voltem no mesmo dia, o aprimoramento da rede hoteleira pode despertar o interesse desses turistas para que fiquem mais de um dia na cidade e conheçam outros atrativos. O mesmo pode ser argumentado para os que vêm de mais distante, para melhor satisfazer e atrair, já que muitos desses, segundo depoimento de outro questionado, antes do mais novo hotel se instalar em Rondon, preferiam passar apenas o dia na cidade e voltar para se

hospedar no município vizinho, Toledo, alegando que esse fornecia maior variedade e qualidade na rede hoteleira.

Analisando como um todo, o número de pessoas que foram até o município porém acabaram por não conhecer os atrativos da cidade (Gráfico 07) é bem menor do restante que diz já ter conhecido, estima-se que essas pessoas tenham ido por razões de saúde ou visitas a parentes ou amigos e possivelmente não foram motivados pela população local a visitarem os atrativos turísticos, cabe aqui acrescentar a sugestão de que tanto o órgão público quanto privada incentivem uma maior participação da comunidade como um todo para a melhor promoção do turismo na cidade. Ainda assim, o gráfico 09 indica que 52 dos 55 questionados acham que Marechal possui potencial para o turismo cultural, e 53 delas disseram que voltariam e indicariam para outros. Ou seja, mesmo que 13 dessas pessoas não tenham visitado os atrativos, essas ainda reconhecem a potência que a cidade mais alemã do Paraná, através de sua cultura, tem para o desenvolvimento do turismo.

Observa-se que exceto os eventos Expo Rondon e a Oktoberfest, são os atrativos culturais mais visitados, o primeiro recebeu 80% das visitas, e o segundo foi frequentado por mais da metade dos questionados, a maior demanda turística da cidade acontece durante esses dois eventos. Porém os outros como a casa Bunker Berlin, o museu histórico, o Sítio das Orquídeas e a casa Casa do Artesão são pouco conhecidos.

Leva-se a crer que durante os eventos deveria haver maior divulgação dos outros atrativos, assim, para o turista que ficaria apenas um dia ou noite na cidade e voltaria para casa, oferece-se maior oportunidade para que esse pernoite na cidade e visite outros locais da cidade no outro dia. A promoção dos atrativos deve ser trabalhada em conjunto, com o incentivo do órgão público, privado e da comunidade local, que necessitam tomar consciência de que os outros atrativos culturais, sendo eles melhores trabalhados para receber turistas, podem incrementar os dois grandes eventos e aumentar a estadia da demanda em Marechal.

Em relação à gastronomia, o número de pessoas que acabaram por não experimentar nenhuma opção gastronômica é relativamente pequeno comparado ao total que foram ao município (10 dos 55 questionados), revela-se que a gastronomia é um ponto forte para o desenvolvimento turístico do município, e que deve intensificar seu planejamento e divulgação antes e durante os eventos para que possa atrair cada vez mais visitantes.

Como ultima sugestão, tomando conhecimento de que a maior concentração de turistas em Marechal Cândido Rondon acontece durante a Expo Rondon e Oktoberfest, que acontecem, respectivamente em julho e outubro, todos os anos, indica-se a criação de um novo evento que ocorra durante o primeiro semestre do ano. A ideia seria um festival gastronômico com duração de um a dois dias, baseado na culinária alemã e típica da cidade, utilizando-se da cuca, por exemplo, já que essa como dito durante o capítulo 3, não há quem faça tão bem como o rondonense, título esse que já pode ser agregado para a divulgação do evento. Pode contar também com o incremento de outros alimentos caseiros, como o salame, bolachas, as tradicionais chimias e outros doces e salgados alemães. Além da comida, pode-se acrescentar apresentações musicais e de danças folclóricas alemãs e gaúchas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho se deu através da familiaridade da autora com o município em questão e o anseio da mesma por melhorias para o desenvolvimento do turismo local.

Tratou-se de, primeiramente, discutir com autores os conceitos de Turismo, Turismo Cultural, Turismo Étnico e Turismo Gastronômico, apresentar dados e exemplificar com destinos turísticos que desenvolvem essas segmentações tanto mundialmente, como nacionalmente. Após, foi apresentado a contextualização de Marechal Cândido Rondon, informando dados demográficos e históricos, para então, descrever a relação do município com o turismo, expor seus principais atrativos e eventos. Ao final, aborda-se o capítulo quatro, mostrando a pesquisa de demanda realizada, a análise de seus resultados e sugestões de melhorias.

Marechal mostra-se ser conhecida não apenas na região oeste ou dentro do estado do Paraná, mas também por outros lugares do Brasil, quem não visitou, em sua grande maioria, ao menos gostaria de visitar.

A situação dos meios de hospedagem em Marechal demonstra-se preocupante, há a necessidade de um grande aprimoramento na rede hoteleira e essa possivelmente seria, primeiramente, a principal melhoria que o município haveria de realizar.

Como outras sugestões apresentam-se: uma maior e melhor divulgação dos atrativos culturais presentes na cidade pela comunidade local, órgãos públicos e privados, já que nota-se que a Expo Rondon e a Oktoberfest recebe um alto número de visitantes, porém os outros atrativos relacionados a cultura alemã são desconhecidos pelo turista; e a criação de um novo evento cultural durante o primeiro semestre de cada ano, com foco na gastronomia.

Finaliza-se esse trabalho argumentando que o município rondonense, apesar de apresentar grande número de visitantes e adquirir um grande potencial para o turismo cultural, devido sua influência étnica alemã, necessita ainda de aprimoramentos e planejamento para melhor desenvolver um destino turístico cultural baseando-se em seus costumes e tradições.

## REFERÊNCIAS

ADETUR CATARATAS E CAMINHOS – Agência de Desenvolvimento da Região Turística Cataratas do Iguaçu e Caminhos do Lago de Itaipu – **A Adetur**. Disponível em: <<http://www.adeturcataratasecaminhos.org.br/adetur/>> Acesso em: 15 de Julho de 2016.

Aqui Agora - Jornal Virtual. **Festa Nacional do Boi no Rolete atrai mais de 22 mil pessoas nesse domingo**. Marechal Cândido Rondon. 2015. Disponível em: <[http://www.aquiagora.net/noticias/ver/53262/Festa\\_Nacional\\_do\\_Boi\\_no\\_Rolete\\_atrai\\_mais\\_de\\_22\\_mil\\_pessoas\\_neste\\_domingo](http://www.aquiagora.net/noticias/ver/53262/Festa_Nacional_do_Boi_no_Rolete_atrai_mais_de_22_mil_pessoas_neste_domingo)> Acesso em 15 de Julho de 2016.

Bahia. **Comunidades Quilombolas preparam-se para receber turistas em Cachoeira-BA**. Disponível em: <<http://bahia.com.br/noticias/comunidades-quilombolas-preparam-se-para-receber-turistas-em-cachoeira-ba/>> Acesso em: 24 de Maio de 2016

BARCZSZ, D. S; DO AMARAL, F. F. A; **Turismo Gastronômico: a percepção do turista na 18<sup>o</sup> Festa Nacional do Carneiro no Buraco de Campo Mourão estado do Paraná**. Revista Patrimônio: Lazer e Turismo. v.7, n.11, jul./set, 2010, p. 66-98. 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: 17 de Outubro de 2015.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2002.

BORSTEL, Clarice Nadir Von. **Aspectos do Bilinguismo: Alemão/Português em Marechal Cândido Rondon – Paraná – Brasil**. Florianópolis, Fev 1992. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/76864/PLLG0033-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 22 de Janeiro de 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 01/12/2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf)>. Acesso em: 02/07/2016

BRAZ, C. K; VEIGA, O. L; **A Gastronomia Enquanto Atrativo Turístico-Cultural**. Revista Anápolis, v.2, n.1, jul. 2015. Disponível em: <<http://www.anapolis.go.gov.br/revistaanapolisdigital/wp-content/uploads/2011/07/A->

GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-HIST%C3%93RICO-CULTURAL1.pdf>  
Acesso em: 13 de Março de 2016.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio Histórico e Cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

CANCLINI, Néstor Garcia. **O patrimônio cultural e a construção imaginária nacional**. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, nº 23. Rio de Janeiro, 1990. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=reviphan&pagfis=8429&pesq>> Acesso em: 13 de Julho de 2016.

Expo Rondon. **Sobre a Feira**. Disponível em: <<http://www.exporondonmcr.com.br/festa.html>> Acesso em: 12 de Setembro 2015.

FERRARI, Walter Junior – **A expansão territorial urbana de Marechal Cândido Rondon-PR: a produção da cidade a partir do campo**. – Dourados, MS: UFGD, 2009. Disponível em: <[http://www.ufgd.edu.br/tesesimplificado/tde\\_arquivos/3/TDE-2010-10-21T122923Z-110/Publico/WalterJuniorFerrari\\_Parte1.pdf](http://www.ufgd.edu.br/tesesimplificado/tde_arquivos/3/TDE-2010-10-21T122923Z-110/Publico/WalterJuniorFerrari_Parte1.pdf)> Acesso em: 12 de Abril de 2016.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. **Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009. Disponível em: <[http://www.academia.edu/489722/Reflex%C3%B5es\\_sobre\\_o\\_turismo\\_gastron%C3%B4mico\\_na\\_perspectiva\\_da\\_sociedade\\_dos\\_sonhos](http://www.academia.edu/489722/Reflex%C3%B5es_sobre_o_turismo_gastron%C3%B4mico_na_perspectiva_da_sociedade_dos_sonhos)> Acesso em: 23 de Março de 2015. Acesso em: 02 de Junho de 2016.

Giacobbo Turismo. **Quem Somos**. Marechal Cândido Rondon, 2011. Disponível em: <<http://www.giacobbo.com.br/turismo/quemSomos.php>> Acesso em 02 de Agosto de 2016.

GIMENES, M. H. S. G. **O Uso Turístico das Comidas Tradicionais**: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense. Revista Turismo e Sociedade, v.2, n.1, p. 8-24, Abril, 2009. Curitiba. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/14301>> Acesso em: 22 de Julho de 2016.

GOMES, Mariana Elias. **Patrimônio Cultural e Turismo: estudo de caso sobre a relação entre o órgão ARP Schinitger e a população de Mariana – MG**. Terceiro encontro de estudos multidisciplinares em Cultura. Salvador, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/MarianaEliasGomes.pdf>> Acesso em: 01 de Agosto de 2016.

GONZALEZ, Emilio – **As Camadas da Memória: a Produção de Marcos Memorialísticos na Historiografia Regional do Oeste do Paraná (Marechal Cândido Rondon – 1950 – 1990)** – Revista tempos históricos, Cascavel, v. 05/06. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temposhistoricos/article/view/8015>> Acesso em: 02 de Junho de 2016.

Governo do Estado de Santa Catarina – **Destinos**. Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br/destinos/>> Acesso em 25 de Maio de 2016.

Governo do Estado do Mato Grosso – **Projeto vai estimular turismo cultural em comunidades pantaneiras**. Disponível em: <<http://www.mt.gov.br/-/projeto-vai-estimular-turismo-cultural-em-comunidades-pantaneiras>> Acesso em: 25 de Maio de 2016.

GREGORY, Valdir. **História: Reflexões Metodológicas**. In: GREGORY, V. LOPES, M, A. O Ensino e a Pesquisa em História na Uniãoeste. Cascavel: Edunioeste, 1998.

HOBBSAWM, E. RANGER, T. – **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Informações completas: Marechal Cândido Rondon**. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/BV2>> Acesso em: 08 de Abril de 2016.

Jornal O Presente. **Cerca de 25 mil pessoas passaram pelo parque de lazer de Porto Mendes durante os três dias do terceiro Festival de Ecoturismo**. Marechal Cândido Rondon, 2015. Disponível em: <<http://www.opresente.com.br/marechal/2015/11/cerca-de-25-mil-pessoas-passaram-pelo-parque-de-lazer-de-porto-mendes-durante-os-tres-dias-do-3o-festival-de-ecoturismo/1707038/>> Acesso em: 13 de Julho de 2016.

Jornal O Presente. **Cuca de Marechal Cândido Rondon: sucesso nacional de público e crítica**. Marechal Cândido Rondon, 2014. Disponível em: <<http://www.opresente.com.br/marechal/2014/09/cuca-de-marechal-candido-rondon-sucesso-nacional-de-publico-e-de-critica/1201299/>> Acesso em 02 de Setembro de 2016.

KOHLER, André Fontan; DURAND, José Carlos Garcia. **Turismo Cultural: conceituações, fontes de crescimento e tendências**. Revista Turismo – Visão e Ação, Itajaí – SC, v.9, n.2, p. 185-198, mai./ago. 2007. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/204>> Acesso em: 07 de Abril de 2016.

LEMONS, I. S; FREGA, J. R; SOUZA, A. **Empreendedorismo Étnico e Desenvolvimento Turístico de Treze Tílias**. V Encontro de Estudos e Pesquisas sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 2008. Disponível em: <[http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/276\\_trabalho.pdf](http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/276_trabalho.pdf)> Acesso em: 12 de Junho de 2016.

MACDONALD, G. M. E. **Unpacking Cultural Tourism**. Thesis in Master of Arts in the School of communication, Simon Fraser University, Canadá, 2004. Disponível em: <<file:///C:/Users/Admin/Downloads/b38610395.pdf>>. Acesso em: 22 de Junho de 2016.

MASCARENHAS, Rubia Gisele Tramontin. **A Gastronomia Tropeira na Região dos Campos Gerais do Paraná: Potencialidades para o turismo**. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais), Ponta Grossa: UEPG, 2005. Disponível em: <<http://www.sapili.org/livros/pt/cp024208.pdf>> Acesso em: 15 de Setembro de 2015.

MURTA, S. M; GOODEY, B. **Interpretação do Patrimônio para visitantes: Um quadro conceitual**. In MURTA, S. M; ALBANO, C. Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte – MG: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002.

Organização Mundial do Turismo, OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo, SP. Roca, 2001.

Organização Mundial do Turismo, UNWTO. **Tourism Statistics**. Disponível em: <<http://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>> Acesso em: 11 de Junho de 2016.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

Prefeitura de Marechal Cândido Rondon. **Saiba Mais Sobre Marechal Cândido Rondon**. Disponível em: <<http://www.mcr.pr.gov.br/nossacidade>> Acesso em: 07 de Abril de 2016.

Prefeitura de Marechal Cândido Rondon. Secretaria Municipal de Industria Comercio e Turismo. **Turismo**. Disponível em: <<http://www.turismorondon.com.br/>> Acesso em: 16 de Setembro de 2015.

REISINGER, Yvette; TURNER, L. W. **Cross-Cultural Behaviour in Tourism: concepts and analysis**. Sidney: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/book/9780750656689>> Acesso em: 12 de Julho de 2016.

RICHARDS, Greg. **Cultural Tourism: Global and Local Perspectives**. 2 ed. New York – USA: The Haworth Press, 2007. 347 p. Disponível em: <[http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781136792342\\_sample\\_683449.pdf](http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781136792342_sample_683449.pdf)> Acesso em 07 de Abril de 2016.

SAATKAMP, Venilda. **Desafios, lutas e conquistas: história de Marechal Cândido Rondon**. Prefeitura Municipal de Marechal Cândido Rondon, Secretaria Municipal de Educação e de Cultura, Faculdade de Ciências Humanas de Marechal Cândido Rondon, 1985 - 232 páginas.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph. 2ª Edição. Revista, 2006. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books/about/Gastronomia\\_e\\_turismo.html?hl=pt-BR&id=TGSaGAAACAAJ](https://books.google.com.br/books/about/Gastronomia_e_turismo.html?hl=pt-BR&id=TGSaGAAACAAJ)> Acesso em: 13 de Julho de 2016.

SCHNEIDER, Cláides Rejane. "Do Cru ao Assado": A Festa do Boi no Rolete de Marechal Cândido Rondon. Dissertação de Mestrado, UFPR. Curitiba, 2002. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/24627/D%20-%20SCHNEIDER,%20CLAIDES%20REJANE.pdf?sequence=1>> Acesso em: 22 de Setembro de 2015.

SILVA, Oscar. et al. **Toledo e sua História**. Prefeitura Municipal de Toledo, 1996.

SILVA, R. E; CARVALHO, K. D; **Turismo Étnico em Comunidades Quilombolas: perspectiva para o etnodesenvolvimento em Filipa (Maranhão, Brasil)**. Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 203-219, outubro de 2010. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/issue/view/1092>> Acesso em 12 de Julho de 2016

STEIN, Marcos Nestor. **A construção do Discurso da Germanidade em Marechal Cândido Rondon**. Florianópolis, 2002. Disponível em: <<file:///C:/Users/Admin/Downloads/171243.pdf>> Acesso em: 20 de Janeiro de 2016.



TOMAZZONI, Edegar Luis. **Dimensão Cultural do Turismo**: uma proposta de análise. Revista Fenix, Uberlândia-MG, V. 5, n. 3, jul./set. 2008. Disponível em: <[http://www.revistafenix.pro.br/PDF16/ARTIGO\\_02\\_EDEGAR\\_LUIS\\_TOMAZZONI\\_FENIX\\_JUL\\_AGO\\_SET\\_2008.pdf](http://www.revistafenix.pro.br/PDF16/ARTIGO_02_EDEGAR_LUIS_TOMAZZONI_FENIX_JUL_AGO_SET_2008.pdf)> Acesso em: 12 de abril de 2016

Turismo Rio Grande do Sul. **Regiões Turísticas do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<http://www.turismoriograndedosul.com.br/#!regioes-turisticas/c1xir>> Acesso em: 31 de Maio de 2016.

UNESCO - Organização das Nações Unidas pela Educação, a Ciência e a Cultura. **World Heritage List**. 2016. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/list/&order=region>> Acesso em: 05 de Agosto de 2016.

## APÊNDICE

## APÊNDICE I – Pesquisa de demanda

- 1- Faixa Etária**
- 17 a 22 anos
  - 23 a 30 anos
  - 31 a 40 anos
  - 41 a 50 anos
  - 51 a 60 anos
  - Mais de 60 anos
- 2- Gênero**
- Feminino
  - Masculino
- 3- Cidade e estado de origem:**  
\_\_\_\_\_.
- 4- Conhece a cidade de Marechal Cândido Rondon – PR?**
- Sim
  - Não
- 5- Quantas vezes visitou?**
- Uma vez
  - Duas vezes
  - Três vezes
  - Quatro ou mais vezes
- 6- Onde se hospedou?**
- Hotel ou pousada
  - Casa de amigos/familiares
  - Acampamento na praia de Porto Mendes
  - Não se hospedou
- 7- Quais atrativos e eventos visitou?**
- Festival de Ecoturismo
  - OktoberFest
  - Expo Rondon
  - Museu Histórico Padre José Gaertner
  - Cachoeira da Onça
  - Pesque e Pague Tropical
  - Pesque e Pague do Alli
  - Sítio das Orquídeas
  - Lago Municipal
  - Praia de Porto Mendes
  - Casa do Artesão
  - Bunker Berlin
- 8- Em relação a gastronomia local, provou e/ou visitou:**
- Kassler
  - Eisbein
  - Choperia Hauss Bier
  - Café Colonial
  - Boi no Rolete
- 9- Você acha que o município possui potencial para o turismo cultural?**
- Sim
  - Não
- 10- Voltaria e/ou indicaria a alguém?**
- Sim
  - Não
- 11- Já ouviu falar da cidade?**
- Sim
  - Não
- 12- Possui interesse em visitar a cidade “mais alemã do Paraná”?**
- Sim
  - Não