

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIENCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE TURISMO.**

ELISA CARLA BARLETTA

**A PRODUÇÃO ARTESANAL NA COLONIA WITMARSUM E A SUA
ATRATIVIDADE PARA O TURISMO ÉTNICO - CULTURAL NA REGIÃO DOS
CAMPOS GERAIS.**

**PONTA GROSSA
2008**

ELISA CARLA BARLETTA

**A PRODUÇÃO ARTESANAL NA COLONIA WITMARSUM E A SUA
ATRATIVIDADE PARA O TURISMO ÉTNICO - CULTURAL NA REGIÃO DOS
CAMPOS GERAIS.**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado como
requisito final para a obtenção do grau de Bacharel em
Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Graziela Scalise Horodyski

**PONTA GROSSA
2008**

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, essa força invisível na qual acredito, pela perseverança para concluir o curso e especialmente este trabalho.

Aos meus pais, pela dedicação e incentivo que possibilitaram a minha formação.

À minha avó Anita Bordignon Barletta por acreditar em mim e tornar possível a minha inclusão no ensino superior.

Aos antigos e os novos amigos que conquistei durante esta caminhada, pela confiança e incentivo incondicional.

A Ana Karolina de Mesquita Hirose e família pela amizade.

Ao professor Maio por nortear o caminho da minha pesquisa.

À professora Graziela pela orientação, amizade e contribuição com seus conhecimentos e sugestões na orientação deste trabalho.

Aos membros e artesãos da Colônia Witmarsum pela hospitalidade e pela colaboração, possibilitando a pesquisa que culminou com a elaboração deste trabalho.

A todas estas pessoas que estiveram envolvidas direta ou indiretamente nesta trajetória.

MUITO OBRIGADA!

A influência da cultura no apelo dos destinos turísticos parece maior apenas porque a cultura tem sido cada vez mais usada como importante ferramenta de marketing.

Zeppel e Hall.

RESUMO

A chegada de diferentes grupos de imigrantes, em épocas distintas, ao estado do Paraná causou modificações no cenário espacial e cultural deste. O referencial da cada grupo étnico presente entre outras coisas, na alimentação e na forma de manifestações de suas respectivas culturas, entre elas o artesanato, tem propiciado às cidades que receberam estes imigrantes, na região dos Campos Gerais aonde encontra - se grande parte destes, utilizarem estes recursos culturais em seus apelos turísticos. Em Palmeira, a colônia Witmarsum composta por imigrantes de origem alemã, que tem como características a religião Menonita, vem se destacando no cenário turístico regional, apresentando potencial para o fortalecimento da atividade turística baseada em seu patrimônio cultural e também pela oferta de produtos artesanais confeccionados na mesma. Este artesanato que é composto por produtos de gêneros alimentícios, técnicas artísticas aplicados a objetos antigos (*Bauermalarei*), trabalhos em madeira, palha e colagens e também gêneros alimentícios como compotas, conservas, bolachas e embutidos, elaborados por artesãos da comunidade além de auxiliar a manutenção da tradição também ajuda a compor uma imagem turística para o local. Neste sentido, o presente trabalho de conclusão de curso, teve como objetivo analisar o artesanato desta colônia de imigrantes, verificando a potencialidade deste elemento - o artesanato – sendo este um atrativo que pode estimular o crescimento do Turismo no local. Como metodologia, foram realizadas pesquisas bibliográficas e entrevistas buscando traçar o perfil do artesanato desenvolvido no local para compreender como o mesmo pode contribuir para a composição de uma imagem que represente a comunidade. Como resultado foi possível comprovar, por intermédio da metodologia utilizada, que os produtos artesanais complementam a oferta de bens culturais apreciados pelos visitantes, havendo para tanto, a necessidade do planejamento para que os efeitos gerados pela atividade não comprometa a produção destes. A criação e a vinculação de uma imagem com base nos produtos artesanais identificados se mostram favorável aos turistas e a comunidade.

Palavras - chave: Witmarsum. Produtos Artesanais. Turismo. Imagem local.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Mapa dos Campos Gerais	11
FIGURA 2 – Localização geográfica de Palmeira.....	14
FIGURA 3 - A mudança.....	20
FIGURA 4 – Mapa de Witmarsum.....	20
FIGURA 5 - Sede da Fazenda Cancela em 1953.....	21
FIGURA 6 - O Centro administrativo da Colônia em 1991.....	23
FIGURA 7 - Inauguração da fábrica de laticínios em 4 de março de 1987, com a presença do Presidente Ernesto Geisel.....	24
FIGURA 8 - O envase de leite em pacotes plásticos.....	25
FIGURA 9 - O primeiro grupo de alunos com o professor Johannes Janzen em 1952.....	26
FIGURA 10 - Apresentação do folclore alemão.....	27
FIGURA 11 – O preparo da lingüiça.....	28
FIGURA 12 - Igreja Irmãos Menonitas.....	29
FIGURA 13 - Igreja Evangélica Menonita, onde os cultos são celebrados em português..	29
FIGURA 14 - A sede da A. M. A. S. em Palmeira.....	30
FIGURA 15 - Hospital “25 de Novembro”.....	31
FIGURA 16 - Residência em estilo colonial.....	33
FIGURA 17 - Antiga casa grande da Fazenda Cancela transformada em museu.....	34
FIGURA 18 – Mapa Roteiro dos Imigrantes.....	43
QUADRO 01 - Tipologia do artesanato.....	51
FIGURA 19 – Embutidos.....	52
FIGURA 20 – Sala de preparo de embutidos na <i>Bauernhaus</i>	53
FIGURA 21 – Doce caseiro.....	53

FIGURA 22 – Compotas.....	54
FIGURA 23 – conservas e geléias.....	55
FIGURA 24 – Bolachas.....	55
FIGURA 25 – Boneca de palha.....	56
FIGURA 26 – Quadro com colagens de palha de trigo tratada.....	56
FIGURA 27 – Detalhe do Pachwork.....	57
FIGURA 28 - Artesanato em madeira pirografada.....	58
FIGURA 29 - Abajur em madeira e ferro.....	58
FIGURA 30 - Lustre de roda de carroça.....	59
FIGURA 31 – Técnica de pintura <i>Bauermelerei</i> aplicada a objetos e móveis antigos....	60
FIGURA 32 - <i>Bauermelerei</i> aplicado em casca de ovos.....	60

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
CAPITULO I – A COLONIA WITMARSUM NOS CAMPOS GERAIS	11
1. 2 OS MENONITAS.....	16
1. 3 A COLONIA WITMARSUM EM PALMEIRA.....	21
CAPÍTULO II – A ATIVIDADE TURÍSTICA E A PRODUÇÃO ARTESANAL ..	35
2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA.....	35
2.2 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO.....	37
2.3 TURISMO ÉTNICO–CULTURAL NA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS.....	38
2.4 O ARTESANTO.....	44
CAPÍTULO III – PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO	49
3.1 UNIVERSO DA PESQUISA.....	49
3.2 AMOSTRA.....	49
3.3 METODOLOGIA.....	50
3.4 RESULTADOS.....	50
3.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	61
CAPITULO IV - A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM LOCAL	63
4.1 PATRIMONIO E IMAGEM.....	63
4.2 MARKETING.....	63
4.3 IMAGEM LOCAL.....	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERENCIAS	68
APÊNDICE – Questionário.....	76
ANEXO A – Folder Rota dos Imigrantes.....	78
ANEXO B – Folder Turístico de Witmarsum.....	79

INTRODUÇÃO

A atividade turística, devido à amplitude de atuação gera efeitos sobre a cultura, a economia, o meio ambiente e a sociedade de forma geral. Buscando uma concepção humana e social, considerada mais pertinente à temática, admite - se o conceito de Moesch (2000, p. 09), afirmando que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram - se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações intelectuais. O somatório dessa dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/ subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turismo. (MOESCH 2000, p.09).

Assim, o presente trabalho buscou analisar o turismo como uma atividade de cunho sócio - cultural trazendo como tema o Turismo Étnico – Cultural na região dos Campos Gerais favorecendo a compreensão acerca da história, o relacionamento, a troca de experiências entre turistas e as comunidades de imigrantes da região, e a função do artesanato neste contexto.

A presente pesquisa partiu da observação da colônia Witmarsum em Palmeira, podendo esta servir de base para pesquisa de outros grupos étnicos aonde a atividade turística se faz presente.

O problema central abordado pela investigação buscou apresentar o artesanato produzido na colônia, enquanto “patrimônio material e imaterial” (Horodyski e Ruschmann, 2005) daquele grupo de imigrantes de alemães menonitas.

Dessa forma, o objetivo que se buscou foi: verificar se os produtos confeccionados na colônia servem de complemento à oferta turística local ajudando a agregar valor a Witmarsum enquanto destino turístico, vislumbrando a possibilidade destes produtos comporem a imagem turística da colônia, agregando valor também ao município de Palmeira aonde acha - se inserida.

Para compreender como Witmarsum conseguiu progredir sem deixar de lado a preocupação com a preservação da cultura, sendo o artesanato um referencial desta, foi necessária uma contextualização geográfica do lugar onde se instalaram e histórica deste grupo.

O presente trabalho teve como ponto inicial o levantamento do referencial teórico que contribuisse para a contextualização espacial da região aonde estes imigrantes se fixaram, além de bibliografias referentes à questão étnica, trabalhos relacionados à atividade turística, ao artesanato e ao Marketing a composição da imagem turística local pautada nestes produtos artesanais.

A análise sobre a representatividade do artesanato para as modalidades do Turismo Étnico - Cultural, foi pautada na pesquisa oral, por intermédio da entrevista com descendentes de imigrantes, para a obtenção de dados relevantes sobre a cultura da comunidade e sobre os produtos por esta confeccionados. A história oral como defende Freire e Pereira (2002, p.126):

Permite apreender como a memória de um grupo se constitui e se transmite como ela ajuda a reforçar sua identidade e a assegurar sua permanência para além da esfera da vida de seus membros individuais.

Também buscou - se referencial iconográfico para confirmar e ilustrar os produtos que compõem o patrimônio artesanal de Witmarsum.

Portanto, o desenvolvimento deste trabalho objetivou não somente a identificação dos produtos confeccionados em Witmarsum, mas também a compreensão deste na dinâmica do turismo e a contribuição que o mesmo pode apresentar para a composição de uma imagem que represente a realidade local, valorizando as formas de produção.

Desta forma, a técnica para o desenvolvimento deste trabalho científico foi baseada na pesquisa qualitativa, pois segundo Denker, (1998 p.107) esta se faz adequada: “para obter conhecimento mais profundo de casos específicos” sendo este constituído por: fontes

bibliográficas, entrevistas (necessária à identificação dos produtores e de seus respectivos produtos), elaboração de relatórios e também no referencial iconográfico.

Dividiu-se o trabalho em quatro capítulos, sendo o primeiro, intitulado “A Colônia Witmarsum nos Campos Gerais”, trazendo informações que ajudam a compor o cenário relevante para a proposta de pesquisa.

O segundo capítulo “A Atividade Turística e a Produção Artesanal”, apresenta conceituações sobre o Turismo, os efeitos da atividade e a contribuição deste para visitantes e visitados, verificando neste contexto o papel do artesanato.

Para análise acerca dos produtos elaborados em Witmarsum construiu-se um capítulo a parte, denominado “Processo de Investigação”, onde são apresentados a metodologia da pesquisa, os resultados alcançados e a discussão sobre os mesmos que motivou a construção do último capítulo desta, intitulado “A Construção da Imagem Local.” Neste, procurou - se comprovar a atratividade destes produtos para compor uma imagem fidedigna ao local, contribuindo desta forma para incentivar a atividade turística desenvolvida no local.

O que teria atribuído uma posição de destaque aos Campos Gerais em relação às demais áreas do estado do Paraná foi a combinação de clima e relevo que deram à mesma característica singulares, pois de acordo com Hilaire, 1977-1853:

Os Campos Gerais, assim chamados devido à sua vasta extensão, não constituem uma comarca nem um território trata-se de um desses territórios que, independentemente das divisões políticas, se distinguem em qualquer região pelo seu aspecto e pela sua natureza de seus produtos e de seu solo; onde deixam de existir as características que deram a região, um nome particular - aí ficam os limites desse território. (HILAIRE, 1978 p.15).

Essas mesmas características de clima e vegetação apresentados por esta área específica do Estado, favoreceram a criação de gado e a criação de uma rota de ligação entre a região sul e o estado de São Paulo, conforme explica Knebel, In Ditzel e Sahr, (2001, p.17):

Os Campos Gerais do Paraná, ricos em pastaria, tornaram-se, desde o início do século XVIII, um importante criatório pecuarista e um dos pontos mais requisitados para a invernagem do gado que era transportado pelo Caminho das Tropas, que ligava os grandes centros criadores do Rio Grande do Sul ao principal mercado de gado de então, Sorocaba (SP).

A formação de um mercado em torno da criação e comercialização de animais no estado São Paulo, motivou o intenso tráfego de viajantes, das mais variadas procedências, que cruzavam a região, pois de acordo com Gonçalves e Pinto (1983 p.17) a localização desta, fez com que:

Todo e qualquer viajante, comerciante ou aventureiro que se dirigisse por terra de São Paulo para o extremo sul do país, nos finais do século XVIII e nos inícios do século XIX, deveria atravessar as terras da Comarca de Castro, alcançando o Bairro de Ponta Grossa, que se constituía, à época, num local obrigatório de passagem ligada que estava ao Caminho do Viamão.

A movimentação de pessoas pela região motivou a construção de infra-estruturas ao longo do caminho para atender às mesmas, contribuindo dessa forma, para o aparecimento de povoados conforme Knebel In Ditzel e Sahn, (2001, p.309): “com isso, a região tornou-se ponto de passagem obrigatória e parada dos tropeiros* que constantemente faziam este trajeto. Gradativamente, formaram-se povoados constituídos por pequenos comerciantes que visavam atender a estes tropeiros”.

1 Tropeiro: termo utilizado para designar o responsável por conduzir a tropa de gado do sul até o estado de São Paulo durante o século XVIII e XIX.

Os municípios que se formaram a partir do movimento do Tropeirismo, ainda conservam elementos que foram difundidos pelo tropeiro, e incorporados à linguagem, ao modo de se expressar, a musicalidade e também a alimentação, pois de acordo com Carneiro e Carvalho (2004, p.15): “Uma parte significativa dos alimentos consumidos nas culinárias tradicionais do mundo, mesmo algumas exóticas, foram introduzidas por colonizadores, viajantes e comerciantes.”

A região dos Campos Gerais também foi marcada pela chegada de diferentes grupos étnicos, contribuindo estes, para o desenvolvimento da região nos seus vários setores. A respeito do acréscimo do elemento europeu à cultura, Diégues (1964, p. 290) afirma que: “[...] essa fusão de elementos vindos de várias origens criou um ambiente novo, em que a cultura original sofreu, como era natural, modificações.”

A vinda destes imigrantes europeus para o Brasil está ligada a problemas sociais e econômicos enfrentados pela Europa, antes e depois da Segunda Guerra Mundial, como destaca Cordeiro, (2005, pp. 19-20): “Os problemas que permeavam a Europa, principalmente a Itália, a Alemanha, a Polônia e a Ucrânia, eram: opressão política e econômica, perseguições contra a própria Língua e a cultura, invasões e estado de miséria”.

Os estados do sul no período de 1888 até 1950 apresentavam vazios demográficos e, portanto, foram os que mais receberam estes imigrantes, pois, ainda de acordo com Cordeiro, 2005, nesta época:

O Brasil objetivava na imigração um instrumento para a ocupação dos vazios demográficos que ameaçavam o domínio português, pois o território era extenso e difícil de controlar as invasões, bem como mão-de-obra barata, pois o processo da abolição da escravatura já chegava ao seu fim. (CORDEIRO, 2005 p.21).

Muitos imigrantes chegaram atraídos por facilidades ofertadas pelo governo brasileiro como explica Lazzari (1980, p.32):

Para alcançar os objetivos da imigração o governo promete aos colonos europeus que quisessem se estabelecer no Brasil gratuitamente no transporte, doação de lotes

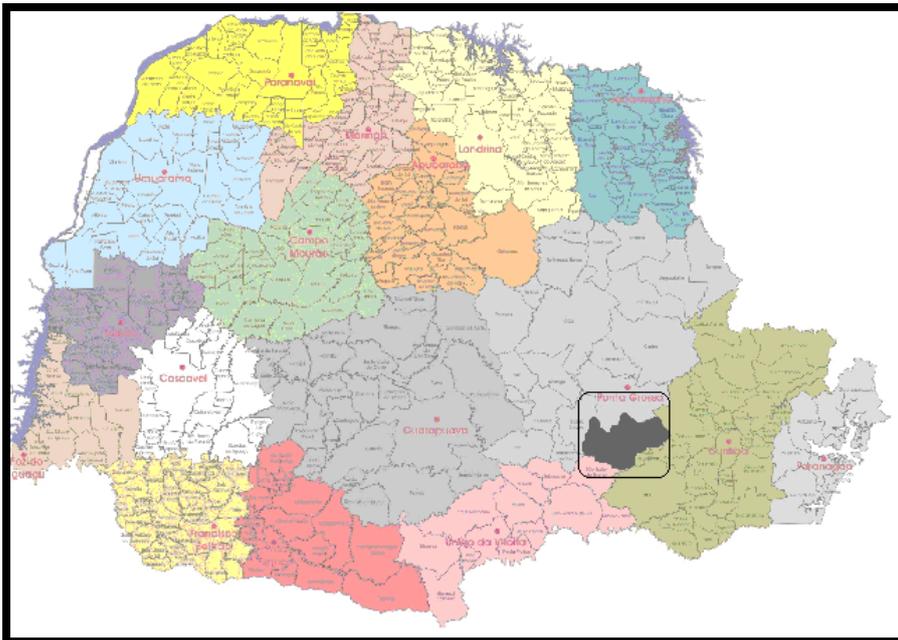
rural, instrumentos de trabalho, sementes, ajudam em dinheiro para os primeiros anos, assistência médica, religiosa e outras vantagens.

Entre os benefícios esperados com a vinda destes, Petrone, (1984 p.18), comenta que “o imigrante europeu, instalado em pequena propriedade, deveria constituir - se no agente modernizador e transformador da sociedade e da economia brasileira”.

Nesse sentido, foram muitos os municípios que receberam esses grupos étnicos, entre eles pode-se citar Palmeira.

O município de Palmeira, destacado no mapa do estado Paraná, a seguir, fazendo divisa com as cidades de Ponta Grossa, ao norte; São João do Triunfo, Lapa e Porto Amazonas, ao sul; Teixeira Soares, à oeste; Campo Largo e Balsa Nova, à leste, começou receber grupos de imigrantes a partir do ano de 1.878.

FIGURA 2: Localização geográfica de Palmeira



Fonte: Justiça Federal (2008).

Estes imigrantes eram de origem russos – alemães*, poloneses e italianos, organizados de acordo com suas crenças religiosas. Formaram núcleos coloniais, colaborando para a diversidade étnica e agrícola do Município.

Como resultado do acréscimo de elemento europeu nos estados, Diégues (1964, p. 94) aponta que: “naqueles três Estados, ou mais exatamente em zona daqueles três Estados, os alienígenas*, e ainda hoje seus descendentes, assinalaram a sua presença tanto na característica física como na marca cultural da paisagem regional”.

2 Referente aos imigrantes provenientes da região do Volga, na Europa, os quais começaram a chegar ao Estado do Paraná a partir de 1878.

3 Como o autor se referiu aos imigrantes.

Os imigrantes pioneiros da região tiveram inúmeras dificuldades de adaptação, fator este que culminou com a decadência de alguns núcleos coloniais:

[...] Assim sendo houve um grande desapontamento por parte dos imigrantes em relação às instituições e condições de produção. Faltou um planejamento adequado para as novas condições de uso da terra para a agricultura. Mesmo entre os imigrantes, ocorreram conflitos, devido as diferenças acentuadas, mesmo vindo do mesmo lugar, falando a mesma língua, uns se adaptaram mais rápidos, outros sofreram mais, inclusive com questões de saúde, com a proliferação de enfermidades de tratamento médico, muitas vezes decorrentes das distâncias entre os centros urbanos. (GONÇALVES E PINTO, 1983).

Em Palmeira, a dificuldade de adaptação motivou a decadência de muitas das colônias, apenas uma, instalada anos mais tarde, conseguiu se estabelecer e prosperar: trata-se da colônia de alemães de confissão Menonitas, denominada de Witmarsum e, que chegaram ao município no ano de 1951, se caracterizando como uma imigração moderna, sendo este melhor explicado no capítulo dois, onde trata-se da Rota dos Imigrantes na região.

1.1 Os Menonitas

O que caracteriza este grupo de imigrantes que chegaram ao país é o fato de pertencerem ao segmento religioso dos Menonitas, estes conforme dados da revista WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ, teve sua origem na Suíça, aonde os praticantes eram chamados anabatistas, devido à prática do batismo de adultos mediante a profissão de fé em Cristo. Os primeiros líderes espirituais foram Conrado Grabel, na Suíça e Menno Simons, na Holanda.

Segundo esta fonte, Menno Simons era de origem holandesa, deixando de ser sacerdote católico para se unir a um grupo de anabatistas holandeses em 1536, ainda durante o período da Reforma Protestante. Orientou por vinte e cinco anos seus seguidores na Alemanha e na Holanda. Devido a sua atuante liderança sobre o grupo de anabatistas naquele país eles passaram a autodenominar-se “Menonitas”. Espasa, apud Muller (2003 pp. 57-58) comenta a atuação do líder religioso dos Anabatistas:

Ele havia sido sacerdote católico, mas separou - se do dogma católico e fundou a seita dos anabatistas que formavam um ramo Protestantismo. Pregava o rebatismo dos adultos em vista da próxima vinda de Espírito Santo, nova redenção. Ele mesmo recebeu o novo batismo [...]. Contrário à violência, seus adeptos se negavam a prestar serviço militar e, também a participar de guerras, sendo considerados, por isso, como puritanos do Cristianismo. (Espasa, apud Müller 2003 pp. 57-58).

Outros motivos se somaram ao fato de serem protestantes e se oporem à guerra e culminou com o movimento de retirada do território europeu em direção ao Brasil como explica Müller (2003 pp.57-58):

Além destas, outras razões provocaram o êxodo maciço de alemães, somando-se aos males provindos das guerras e podem ser consideradas conseqüências ou seqüelas delas [...]. As mais significativas foram de ordem política como o serviço militar obrigatório, a ocupação estrangeira na Alemanha, a expectativa constante de longas guerras e a pressão e ambição permanente da nobreza; na ordem econômica, destacam-se as más colheitas, os impostos elevados para sustentar os gastos com guerras, fome e falta de espaço vital; quanto às razões de ordem religiosa vale destacar a intolerância contra algumas seitas e grupos separatistas [...]. (Müller 2003, pp.57-58).

O êxito na fuga do grupo de alemães Menonitas para o Brasil de acordo com a revista WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ, 2001, p.07, se deu graças ao auxílio do presidente da Alemanha, segundo esta: “foi o presidente Hindenburg da República Federativa da Alemanha quem no ano de 1925, auxiliou com recursos daquele país e também com recursos próprios cerca de cinco mil e setecentas pessoas na fuga”.

Sobre a vinda do grupo de Menonitas para o Brasil, Lange (1998 p.137) comentou a semelhança deste com os demais imigrantes anteriormente instalados em solo brasileiro:

Os menonitas, povo de origem alemã vindo ao Brasil de quase todas as regiões da Rússia, fugidos quando da Revolução Soviética, após gerações de trabalho pioneiro naquele país, uma parte buscou a paz e a liberdade no Brasil como tantos outros imigrantes. (LANGE, 1998 p. 137).

Os Menonitas vieram, portanto, em busca de uma vida mais digna em terras onde pudessem trabalhar, viver, reconstituir sua identidade*, pois, segundo Horbatiuk (1983, p. 4): “[...] todo o indivíduo sente a necessidade de reconstituir sua identidade cultural.” Foi assim, que no ano de 1930, um grupo composto por duzentas famílias, chegou à região do vale do Krauel no município catarinense de Ibirama.

4 De acordo com Pires (2001), “Identidade cultural é o conjunto de caracteres próprios e exclusivos de um corpo de conhecimentos, seus elementos individualizadores e identificadores, enfim, o conjunto de traços psicológicos, o modo de ser, de sentir e de agir de um grupo, que se reflete nas ações e na cultura material”.

No local tiveram que abrir caminho em meio à mata fechada para construir suas casas com a matéria - prima encontrada na região, conforme relatos apresentados por WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ (2001, p. 07): “as primeiras casas eram bastante rudimentares, foram construídas na mata aberta com a ajuda de foice e machado. O desafio era adaptar-se aos terrenos acidentados [...]. Sem tecnologia cultivaram com enxada as primeiras lavouras de milho e mandioca.”

Assim, os colonos se organizaram em torno de quatro colônias: Stolzplateau, Gnadental, Waldheim e Witmarsum, comunidade de onde partiram algumas famílias em busca de melhores condições para vida e trabalho em território paranaense, conforme apresenta a mesma: “apesar do progresso material com as serrarias, usinas de leite, moinhos e diversas fábricas, muitas famílias optaram por migrações internas em busca de melhores condições de vida.”. (WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ, 2001 p. 08).

Após uma jornada de viagem, as famílias que cruzaram o estado de Santa Catarina transportando suas casas em caminhões e o gado até o estado vizinho, conforme a revista WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ (2001, p.20): “para não transportarem todo o gado em caminhões, alguns moradores combinaram de tocar o gado até o Paraná”.

Ainda de acordo com esta, os pioneiros a chegar à região foram os membros das famílias de Gerhard Heinrichs, Heinrich Kasdorf e João Benno Asseburg.

A figura três apresenta os veículos utilizados no transporte das casas e mantimentos e alguns dos pioneiros que chegaram ao estado do Paraná para fundarem Witmarsum.

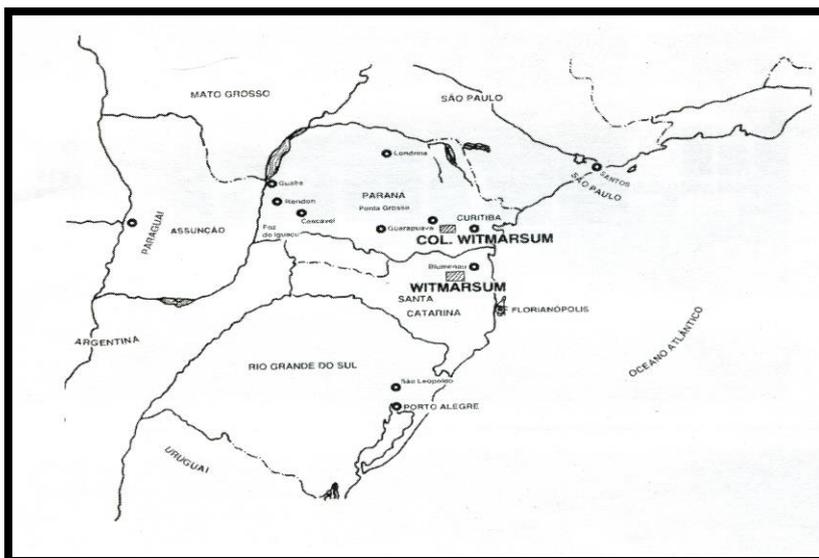
FIGURA 3: A mudança.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p.11.

No mapa a seguir é possível perceber a trajetória seguida de Witmarsum no estado catarinense até a região aonde foi fundada a colônia com este mesmo nome no Paraná.

FIGURA 4: Witmarsum



Fonte: Revista Witmarsum cinquenta anos no Paraná (2001 p.09).

1.2 A Colônia Witmarsum em Palmeira

No ano 1951, sessenta famílias reimigraram até o Paraná, aonde a Sociedade Comercial de Witmarsum* “tivera adquirido, no dia sete de junho do mesmo ano, uma área que pertencera ao senador daquele estado, senhor Roberto Glasser, denominada Fazenda Cancela, localizada no município de Palmeira.” (WANSOVICZ, 1989 p.345). Fundaram ali a Cooperativa Mista Agro - Pecuária Witmarsum Limitada, que deu base para as atividades realizadas e que deram margem ao desenvolvimento social, material, tecnológico e econômico da colônia. A figura a seguir mostra a sede da fazenda dois anos após a sua aquisição pelos Menonitas.

FIGURA 5: Sede da Fazenda Cancela em 1953.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p.11.

O terreno comprado constitui - se em uma área com sete mil e oitocentos hectares, o qual foi dividido em cinco núcleos de povoamento, dispostos em torno de um centro administrativo e social, na antiga Fazenda Cancela, sendo as atividades exercidas na colônia centralizadas todas na Cooperativa.

Apesar da mudança geográfica, o nome de “Witmarsum” foi mantido. Trata-se de uma homenagem ao líder religioso do grupo, Menno Simons. Terluim apud Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum Ltda (1991 p. 08): “Witmarsum é o nome de uma pequena cidade da Frísia, norte da Holanda, onde nasceu Menno Simons, líder espiritual dos anabatistas ou menonitas [...] significa a Chácara do famoso das florestas”.

5 A Associação comunitária dos moradores proprietários de Witmarsum é uma sociedade com personalidade jurídica de direito privado sem fins lucrativos, que tem como objetivo a manutenção do Museu Histórico, proporcionar ensino, atendimento médico, esporte e outras modalidades de desenvolvimento cultural na colônia.

A base econômica da comunidade foi direcionada para a agricultura, sendo esta aperfeiçoada com o passar do tempo, havendo a introdução de novas culturas. Witmarsum conseguiu, assim, se destacar na produção e no processamento do leite através das conquistas de seus colonos, entre elas a produção de leite e seus derivados, além de frango de corte, rações e a inclusão destes no mercado com a marca “Cancela”.

A figura seis destaca o centro da colônia: a Cooperativa aonde concentra - se a mão de obra e as decisões referentes a colônia.

FIGURA 6: O Centro administrativo da Colônia em 1991.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 24.

A cerimônia de inauguração da fabricas de laticínios em Witmarsum contou, conforme a figura sete, com a presença do presidente Ernesto Geisel, demonstrando, dessa forma, apoio as atividades iniciadas na colônia.

FIGURA 7: Inauguração da fábrica de laticínios em 4 de março de 1987, com a presença do Presidente Ernesto Geisel.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 37.

O avanço nas técnicas de processamento de leite possibilitou que a colônia Witmarsum chegasse a alcançar uma posição de destaque para o município de Palmeira. Informações contidas na revista WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ (2001, p.17), apontam que, a colônia no ano de 2001, contava com “uma economia geradora de um PIB aproximado de cinquenta milhões de reais ao ano.” Nesta época, ainda de acordo com a revista, a colônia contava com uma população de 1599 pessoas, das quais 1183 eram descendentes de alemães.

A imagem a seguir mostra a produção em escala comercial de leite pasteurizado, comercializado com a marca Cancela.

FIGURA 8: O envase de leite em pacotes plásticos.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 38.

Criar mecanismos para se desenvolver em solo paranaense foi a meta utilizada pelos colonos, o que justifica a implantação da Cooperativa, porém a educação também era por eles tratada, desde o início, como prioridade, pois mesmo sendo de origem germânica e apesar de estarem completamente aclimatados ao Brasil, buscaram conservar dentre eles uso do dialeto da região de onde partiram, sendo esta uma característica própria de seus hábitos que sustenta os traços da comunidade.

Wachowicz (2002 p. 138) comenta que um dos motivos que favoreceu a conservação dos elementos característicos deste grupo étnico (o alemão), foi o isolamento geográfico:

Conservam os germânicos, na organização da família, os mesmos padrões de suas terras de origem, os mesmos hábitos de família, nas atividades de trabalho, nos serões, nos casamentos, foram mantidos. O que era facilitado, principalmente, pelo caráter quase fechado das colônias, em grande parte espalhadas na área rural, distanciados e isolados dos núcleos demográficos nativos.

Condições para a preservação da cultura e das artes, foram buscados em meio aquele cenário de isolamento. A manutenção das tradições e aperfeiçoamento da educação tornou - se possível com a construção, um ano após a chegada em solo palmeirense, do colégio Fritz Kliewer. Este em estrutura modesta contribuiu no processo de aprendizagem das crianças utilizando - se, para a prática do ensino, os idiomas alemão e português, além do

ensino religioso, assim como afirma a revista WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ (2001 p.10):

O colégio Fritz Kliewer foi fundado em 1952 em estrutura modesta graças ao trabalho árduo dos pioneiros. Profundamente ligados a terra, valorizavam o ensino que mantêm vivas as tradições herdadas de seus antepassados. O uso do idioma alemão e português em uma vida peculiar, apoiada nas formas fortes que sustentam uma sociedade.

A figura nove representa o primeiro grupo de alunos a iniciarem as atividades escolares em Witmarsum no Paraná.

FIGURA 9: O primeiro grupo de alunos com o professor Johannes Janzen em 1952.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p.56.

As primeiras aulas foram ministradas em um local improvisado e partiram da iniciativa de dois colonos, conforme apresenta a COOPERATIVA MISTA AGROPECUÁRIA WITMARSUM, (1991, p. 56): “[...] Já em 1952, o primeiro grupo de alunos foi instalado num barracão da Fazenda, sob a regência do Professor Johannes Janzen. Logo a seguir, em 1953, o Professor Dr. Fritz Kliewer, iniciou o ensino regular [...]”.

Atualmente em Witmarsum existe o colégio Fritz Kliewer, que oferece os serviços de: jardim de infância, ensino fundamental e ensino médio requerendo pra tanto, em qualquer nível, o conhecimento do idioma alemão.

Além da linguagem, resistiram às mudanças alguns pratos típicos da cozinha alemã, canções e comemorações, pois este é um meio de preservam a tradição oral, músicas, cantigas de roda que atuam como elemento de identidade cultural, pois, estudos anteriormente realizados sobre as comunidades de imigrantes que se estabeleceram no Brasil, mostram que de uma forma ou de outra, estes buscaram preservar determinados aspectos da cultura de seu país de origem como defesa de sua identidade étnica, pois segundo Barreto (2000 p. 46):

Manter algum tipo de identidade - étnica, local ou regional - parece ser essencial para que as pessoas se sintam seguras, unidas por laços espontâneos a seus antepassados, a um local, uma terra, a costumes e hábitos que lhes dão segurança, que lhes informam quem são e de onde vêm, enfim, para que não se percam no turbilhão de informações, mudanças repentinas e quantidade de estímulos que o mundo atual oferece.

A figura abaixo ilustra o quadro das manifestações culturais mantidas na colônia.

FIGURA 10: Apresentação do folclore alemão.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 78.

A musicalidade se constitui em outro elemento importante na manutenção dos traços herdados, isso motivou a fundação de uma escola de música, a escola “Ludwig van Beethoven”, mantida pela Associação de Moradores de Witmarsum, para a preservação deste aspecto cultural, contando para tanto, com professores formados em música.

Com relação a alimentação, esta sofreu algumas adaptações, incorporando novos ingredientes nas receitas originais, porém mantendo - se o hábito de consumo de alimentos ricos em calorias, sendo também possível manter alguns pratos típicos da região de origem bem como a elaboração desses, conforme é possível verificar na figura a seguir:

FIGURA 11: O preparo da lingüiça.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 15.

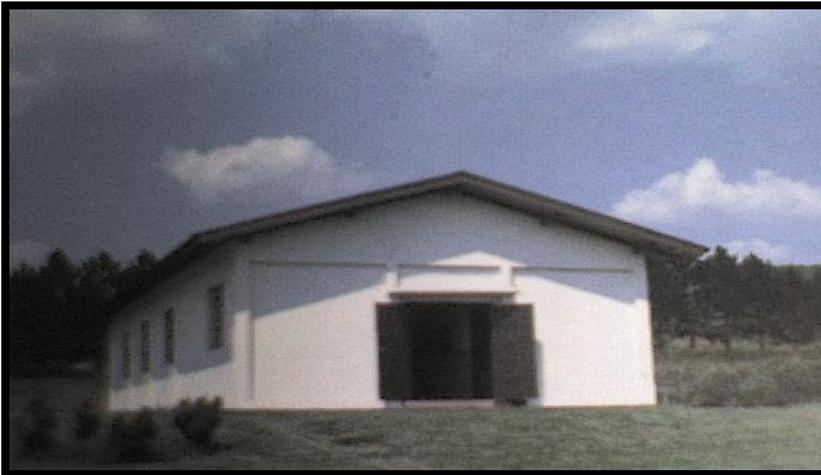
Para a profissão de suas práticas religiosas, os Menonitas possuem três igrejas: a Igreja Evangélica Menonita, a Igreja Evangélica Irmãos Menonitas e a Igreja Menonita, tendo esta suas celebrações realizadas apenas no idioma português, sendo as demais ministradas em alemão. Isso não impediu que igrejas de outros segmentos religiosos se estabelecessem na colônia, tais como: a igreja Luterana, Assembléia de Deus, Católica e Quadrangular.

FIGURA 12: Igreja Irmãos Menonitas.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 86.

FIGURA 13: Igreja Evangélica Menonita, onde os cultos são celebrados em português.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 87.

Considerando o aspecto confessional do grupo em questão, os Menonitas conservam um traço característico dessa religião que é o cooperativismo e o trabalho voluntário, havendo, portanto, uma forte ligação entre a vida religiosa e social como relatam no livro de autoria dos próprios membros da comunidade:

[...] Através dos mutirões voluntários nas construções de estradas e edificações de instalações comunitárias, o espírito cooperativo dos colonos menonitas já se expressou muito antes da formação legal de uma Cooperativa. Essas ações conjuntas, também demonstram que o objetivo número um, não é de interesse econômico. O lema do cooperativismo: “A união faz a força”, está voltado principalmente, para o fomento do bem estar social comum. (COOPERATIVA MISTA AGROPECUÁRIA WITMARSUM LTDA, 1991 p.26).

Os seguidores destes preceitos religiosos, acreditam que a missão da igreja é o de proclamar o evangelho não apenas na igreja, mas através de ações. Para atingir o seu propósito, a igreja evangélica Menonita sustenta e apóia diversos projetos e atividades missionárias dentro e fora do país.

Entre as benfeitorias concedidas ao município estão a A.M.A.S. (Associação Menonita de Assistência Social) a qual atende as crianças carentes oferecendo o serviço de creche, passando parte do tempo na instituição e a A.M.B. (Associação Menonita Beneficente) que visa o atendimento de famílias carentes, prestando-lhes auxílio.

FIGURA 14: A sede da A. M. A. S. em Palmeira.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 134.

Atuando também como instrumento de evangelização, a comunidade também mantém a publicação anual do livreto “O Mensageiro”, de distribuição gratuita.

Ainda neste sentido de trabalho voluntário e caritativo, foi criado em 1985 o Grupo Natura, composto por um grupo de senhoras, que participam de eventos como a EXPOWIT (Exposição Agropecuária de Witmarsum) contribuindo na confecção do café colonial a ser comercializado tendo o lucro revertido para os projetos sociais iniciados pela Colônia.

Dentro do ideal de desenvolvimento econômico, cultural e social, alcançaram os witmarsunenses, algumas importantes conquistas para a colônia como a energia elétrica, asfalto, e telefonia. Posteriormente obteve outra importante conquista para a qualidade de vida da comunidade através da fundação em 1991, do Hospital Vinte e Cinco de Novembro com uma estrutura de 2150 metros quadrados. Para o atendimento possui ambulatório com capacidade de realização de pequenas cirurgias, uma farmácia, além dos serviços de odontologia e oftalmologia.

FIGURA 15: Hospital “25 de Novembro”.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 55.

A elevação do padrão de vida possibilitou a modernização na infra – estrutura local, favorecendo a diversificação das atividades e do comércio em geral o qual apresenta confeitarias, padaria, mercados, usina de leite, museu (considerado patrimônio histórico e cultural do Estado), centro de visitantes, hospital, posto de gasolina, pousadas, confeitarias, colégio, entidade assistencial, igrejas e posto policial, além dos serviços básicos (saneamento, energia elétrica e serviço de telefonia) *. Houve, portanto, naquela comunidade a diversificação de atividades, ocupando boa parte da mão – de - obra local, na própria comunidade:

Witmarsum está localizada próxima a grandes centros consumidores e conta com infra-estrutura, tecnologia e condições para produzir. Além de manter o que já possui, pode desenvolver novas culturas como hortifrutigranjeiros e possui grande potencial para a industrialização de tortas, doces licores, sucos e compotas como também o melhor aproveitamento do parque industrial já existente. Localizado em uma região geograficamente privilegiada e possuindo tradição e cultura para apresentar aos visitantes, o turismo é uma fonte alternativa de receita. Existe potencial para Witmarsum crescer, melhorar a qualidade de vida de seus habitantes, gerar novas fontes de trabalho e contribuir com o Estado na geração de tributos. Além de cumprir com seu papel de fixar o homem no campo e conservar a ecologia de seu território, basta seguir os princípios e ideais de seus pioneiros colonizadores que aqui chegaram movidos pela fé, união, cooperação e trabalho. (WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ, 2001 p.17).

A comunidade no seu ideal de cooperativismo conseguiu assegurar uma condição econômica que permitiu que muitas das famílias witmarsunenses tivessem uma elevação do padrão de vida, pois, a maioria das famílias apresenta carro de passeio, casa de alvenaria. Por apresentarem facilidade com o idioma e ainda manterem vínculo com o país de origem - a Alemanha - muito dos jovens nascidos na colônia acabam optando por trabalhar fora do país.

A figura a seguir é de uma das residências encontradas na colônia.

FIGURA 16: Residência em estilo colonial.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 25.

A conservação de aspectos culturais como a linguagem, as músicas, a alimentação, a religião combinados com a infra - estrutura local colaborou para que Witmarsum descobrisse sua vocação para o turismo:

Witmarsum tornou-se um centro de turistas da demanda e outros países que vêm visitar seus amigos e familiares. Voluntários que cooperam com a AMAS e a AMB nos seus diversos projetos missionários e em suas atividades filantrópicas também estão entre os visitantes. (WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ, 2001 p.18).

FIGURA 17: Antiga casa grande da Fazenda Cancela transformada em museu.



Fonte: Livro Witmarsum em quatro décadas - In Vier Jahrzehnten 1951-1991, p. 81.

Aliando o conjunto de infra - estrutura local com as atividades exercidas na colônia e a preservação da cultura pela comunidade são elementos que servem de motivadores para as modalidades do Turismo Étnico - Cultural, assunto que será apresentado no próximo capítulo, onde serão expostas conceituações sobre a atividade turística bem como a relação entre esta e a produção cultural em Witmarsum.

CAPÍTULO II

A ATIVIDADE TURÍSTICA E A PRODUÇÃO ARTESANAL

2.1 A Atividade Turística

O turismo é um setor da economia caracterizado pelos deslocamentos voluntário de pessoas, cujos reflexos podem ser percebidos na sociedade, na cultura e na economia dos grupos envolvidos. Acerca da amplitude das relações criadas em decorrência da atividade turística, Fuster (1973) apud Barreto (2001, p.12) explica que o Turismo é uma atividade onde somam - se:

De um lado, conjunto de turistas; de outro, os fenômenos e as relações que essa massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias - interpretes que o núcleo deve habilitar para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas e públicas que surgem para fomentar a infra-estrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras. (FUSTER apud BARRETO, 2001 pp.11-12).

Alguns elementos foram determinantes para o desenvolvimento da atividade turística até a sua configuração atual, entre estes, como aponta Ansarah (2000) estão a melhoria nos meios de transporte, e o aumento no poder aquisitivo das pessoas e o ritmo acelerado na grandes cidades motivando a fuga destas, conforme explica a autora:

Nas últimas décadas, o desenvolvimento tecnológico dos transportes, o maior tempo livre e as melhores condições econômicas das pessoas, aliados às necessidades de evasão, de fuga dos grandes centros (como forma de recuperação do equilíbrio físico e espiritual de seus moradores), alteram o setor turístico. Como resultado obteve-se o acréscimo no número de pessoas que viajam e o desenvolvimento da infra-estrutura e dos equipamentos turísticos. (ANSARAH, 2000 p.17).

Desde então, inúmeras pesquisas vêm sendo realizadas sobre o setor com o intuito de comprovar o crescimento da atividade, como uma pesquisa desenvolvida pelo Ministério do Turismo, em parceria com a Embratur e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), segundo a qual a tendência de crescimento do turismo pode ser mensurada a partir da participação e dos investimentos realizados neste setor. Sobre esta, Lopes* apud Fucs (2007) comenta: “quando

as grandes empresas de turismo crescem, puxam o crescimento das pequenas e médias que dependem delas [...]. A indústria* do turismo vive um ciclo de crescimento há cinco anos.”

7 Apesar do termo “indústria” ser amplamente utilizada, este é combatido por inúmeros autores da área do Turismo como Trigo. Segundo este: “O termo turismo é aplicado de forma incorreta ao turismo, pois este se situa no setor terciário da economia (setor de prestação de serviços), e não no setor secundário (industrial)”. TRIGO 2004, p.12.

8 José Francisco Lopes diretor Departamento de Estudos e Pesquisas da Embratur.

Para Ansarah (1999, p. 9), reside na necessidade de viajar a procura por destinos afastados dos grandes centros, estimulando o crescimento da atividade turística, pois segundo esta “o turismo no final deste século aparece como o primeiro setor da economia, tanto em número de turistas como de despesas que realizam nos locais visitados”.

Uma das medidas para manter o crescimento da atividade turística é a utilização do marketing para atender às diferentes motivações que levam as pessoas a viajarem, contribuindo para a difusão e diversificação da atividade turística a partir da segmentação desta.

2.2 Segmentação de Mercado

De acordo com Beni (1998, p. 149) a segmentação do mercado consiste em identificar, adotando critérios econômicos, geográficos e comportamentais, grupos de pessoas com interesses iguais:

Segmentar o mercado é identificar clientes com comportamentos homogêneos quanto aos gostos e preferências. A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos, dos tipos de transportes, da composição demográfica, dos turistas e da sua situação social, estilo de vida, entre outros elementos. (BENI, 1998 p.149).

As aspirações pelas viagens podem ter as mais variadas origens como destaca Ansarah, (1999, p.8):

As necessidades humanas e os desejos que levam ao consumo de produtos turísticos são muitos e variam de pessoa para pessoa, por exemplo, evasão, descanso, lugares e pessoas novas, busca de status, saúde, contemplação da natureza, aventuras, coisas que não são realizadas no cotidiano, entre outras [...].

Com base na identificação do perfil do viajante torna - se possível o desenvolvimento de produtos que atendam as necessidades destes. No caso específico do Turismo, o produto é composto por uma série de elementos, conforme explica Lemos (1999, p.73):

O produto turístico é, portanto, o conjunto de bens e serviços que envolvem a informação do turista acerca do local a ser visitado, seu deslocamento, sua estada naquela localidade, as mercadorias por ele adquiridas, os locais de visitação, os fatores socioculturais, climáticos e geográficos e os elementos da infra-estrutura geral e específicos a ele ofertados e por ele consumidos nas localidades - destino.

Para o desenvolvimento de produtos para os diferentes perfis de consumidores, adere-se ao Marketing enquanto ferramenta de comunicação. Giacomini Filho In Trigo, (2003 p. 203), explica que “marketing numa visão sintética, é o processo incrementador de atividade junto ao mercado”.

Sobre a função desempenhada pelo marketing para as localidades, Portuquez, (2001 p. 80) ressalta que: “a competência turística de uma localidade é vista atualmente a partir não somente de seus atrativos e potencialidades, mas, sobretudo, de sua capacidade de seduzir e, principalmente, agradar uma clientela cada dia mais exigente e sedenta de novidades”.

Nesse sentido, percebe-se a importância da segmentação para os produtores e consumidores dos produtos turísticos, pois de acordo com Trigo (2004, p.60): “o turismo e o lazer social são variáveis, tem uma importância sociopolítica e podem ser deliciosos para os consumidores e lucrativos para os produtores”.

Dentre as várias vertentes do turismo, com base na sua segmentação, a que “permite” a confecção de grande quantidade de produtos é o ramo do turismo cultural, pois de acordo com Ignarra (1999, p.119) o Turismo Cultural “compreende uma infinidade de aspectos, todos eles passíveis de serem explorados para a atração de visitantes”.

A partir da interação entre visitantes e visitados é que provém o caráter social da atividade, conforme afirma Beni, (1998 p.70): “pode - se deduzir que existe um amplo campo de análise do Turismo que ultrapassa o enfoque econômico e se enquadra muito mais na sociologia, na psicologia e em outras ciências”.

2.3 Turismo Étnico - Cultural na Região dos Campos Gerais

O Turismo Cultural configura-se como um segmento da atividade turística que tem por base os elementos provenientes do saber e da produção humanas. Barreto (2000, pp. 19-20) afirma que turismo cultural é: “todo turismo em que o principal atrativo não seja a

natureza, mas algum aspecto da cultura humana. Esse aspecto pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que a cultura abrange”.

Como há uma tendência de esvaziamento dos centros urbanos nos períodos de férias, cresce as expectativas em favor do turismo em áreas naturais, como explica Ansarah (1999, p.150): “a sociedade está voltando-se para os atrativos naturais. Com isso, movimentará o mercado da cultura e do turismo alternativo no espaço rural.”

Ainda sobre a visitação a áreas naturais Beni (1999 p.170) enfatiza que: “na verdade, o que se busca é a recuperação de estilos de vida tradicionais, que retornam justamente por oferecer aquela “acolhida” humana e ambiental perdida nas grandes cidades.”

Sobre o cenário onde a cultura é “produzida”, Santos (1997) apud Serrano e Bruhns, (2000 p.80), explica que a mesma independe da sua localização, podendo esta se configurar no meio urbano ou rural*:

O espaço é um produto social historicamente produzido, que soma em suas formas uma série de temporalidades acumuladas, que se materializam territorialmente por meio de vestígios. Essa acumulação de remanescentes, independente, muitas vezes, do grau de tecnificação e de sua localização em meio rural ou urbano. (SANTOS apud SERRANO E BRUHNS, 2000 p.80).

Destacando os benefícios acerca do desenvolvimento da atividade turística para o meio rural Ansarah (1999, p.146) destaca que:

Nesse contexto, o turismo no espaço rural surge como um negócio que possibilita aos proprietários manter suas propriedades produtivas, além de gerar empregos à população local. Também desperta consciência e a compreensão ecológica, transformando - a em agente conservadora da natureza, sobretudo quando percebe a atividade turística como fonte de economia.

9 TULIK (2003, p.14) afirma que de acordo com o IBGE (Órgão encarregado do levantamento de dados estatísticos), “zona urbana é a área interna ao perímetro urbano de uma cidade; inclui área isolada ou vila dotada de serviços públicos” e “zona rural é a área externa ao perímetro urbano e inclui aglomerados rurais.”

Sarh, In Ditzel; Sahr (2001 p. 401) apontam que os Campos Gerais que tem características campeiras, aspectos históricos e sociais que podem servir como potencialidade à prática da atividade turística, pois de acordo com estes, as cidades da região: “reúnem experiências sociais da população e o fascínio dos turistas, se apresentados de forma correta”.

Para estes, os Campos Gerais concentram duas temáticas uma composta pela história de desenvolvimento econômico da região, com marcos como o Tropeirismo, a agroindústria e as cooperativas e uma outra destacando as relações sociais, enfatizando: “O cenário principal destes relatos é o “campo” e a cidade pequena, com a “vida em colônia” [...]”.

Dentre as várias correntes imigratórias ocorridas na região e que ainda apresentam como características a conservação dos costumes, são citados por Wansowitz, (1988) o grupo étnico dos holandeses (1911), fixados na região de Castro e Carambeí e formadores da Colônia Castrolanda, e os alemães menonitas (1951), instalados em Palmeira. Além destes, compõem o quadro da imigração moderna no estado, os alemães de Entre Rios, os holandeses de Arapoti. Sobre estes grupos étnicos em particular, Wansowitz, (1988 p.156) destaca:

[...] chegaram ao Paraná em um movimento planejado, assistido por entidades internacionais. Sua fixação foi bem dirigida e financiada, diferente da imigração pioneira no século anterior. [...] todos esses grupos étnicos modernos, localizados nos Campos Gerais, ocuparam - se de atividades agro – pastoris - industrial.

A contribuição destes imigrantes está nas atividades voltadas para a agricultura e a pecuária que ajudaram a fixar o homem no campo, introduzindo valores que até hoje norteiam a sociedade, a economia e a política das cidades. A contribuição propiciada pela presença desses grupos étnicos na região também é comentada por Diégues, (1964, p. 94):

[...] Em vários pontos esses imigrantes aceitaram valores culturais brasileiros, incorporando - os ao seu modo de vida, o que era de se esperar, em face das próprias condições de adaptação ao ambiente, mas também lhes transmitiram valores seus trazidos na sua bagagem cultural.

A presença destes povos está registrada no estilo arquitetônico das construções, na culinária, no folclore e, de modo menos perceptível, pode também ser encontrada na forma de

realizarem suas tarefas cotidianas. Todos esses elementos resultam no patrimônio cultural desses povos. Conforme Pellegrini (1993 p.96):

Modernamente se compreende por patrimônio cultural todo e qualquer artefato humano que, tendo um forte componente simbólico seja de algum modo representativo da coletividade, da região da época específica, permitindo melhor compreender - se o processo histórico.

A presença e variedade de grupos étnicos com aspectos culturais preservados pode contribuir para o desenvolvimento da modalidade de Turismo Étnico - Cultural na região. De acordo com Beni (2000 p. 425) este:

Refere - se ao fluxo de turistas nacionais e internacionais que se deslocam centrados na motivação 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 eminentemente antropológicos para conhecer *In loco* as características étnico - culturais daqueles povos que constituem o interesse de sua observação. (BENI, 2000 p. 425).

A modalidade do Turismo Étnico - Cultural auxilia manutenção das tradições dos grupos, pois de acordo com Banducci e Barreto (2001, p. 83):

A preservação do patrimônio cultural e a atividade turística possuem uma relação intrínseca de existência, pois o turismo exige e acaba provocando a restauração de valores e a sua necessidade de preservação.

A atividade turística desenvolvida junto aos grupos de imigrantes, utilizando como recursos a sua história, seus costumes pode constituir - se num atrativo diferenciado, especialmente para grupos que apresentam grande poder aquisitivo conforme explica Ansarah, (1999 p.147): “o turismo no espaço rural dirige - se ao segmento de mercado que em geral se caracteriza pela demanda de qualidade, entendida como visitantes de consciência ambiental e de considerável poder aquisitivo.”

Serrano e Bruhns (2000 p.157) afirmam que o turismo baseado na cultura de grupos étnicos, tendo por base a conservação de seus costumes, apresenta uma atratividade especialmente pela possibilidade de representam culturas em estágio de extinção:

Ao entrar na dinâmica do mercado da cultura, o sentimento de pertença, de origem, mais ou menos sacralizado e de renovação do grupo, é geralmente pré-fixado pelos intermediários da viagem como mostras de autenticidade do lugar. Seu objetivo é desenhar uma imagem próxima do bucólico, que desperte no consumidor determinados sentimentos sobre um produto que não pode apreender e que é em si

mesmo perecível, ou ao menos, á beira do desaparecimento. (SERRANO; BRUHNS, 2000 p.157).

A presença de diversos grupos étnicos na região tem despertado o interesse inúmeras pessoas, pois de acordo com Cohen (1979) apud Serrano e Bruhns, (2000 p.157) o turista pode ser classificado por seu interesse de visitação, que muitas vezes o conduz a busca por experiências diferentes:

[...] o indivíduo que busca a autenticidade na vida de outras sociedades, baseando-se na premissa de que a sua se perdeu, experimentais (o que experimenta estilos de vida diferentes do seu) existenciais (o que adquire um novo ‘centro espiritual’ como resultado de uma experiência de viagem) ou uma combina o delas. (Cohen, 1979 apud SERRANO; BRUHNS 2000 p.157).

Para Urry, (2001 p.193) o que chama a aten o dos turistas interessados no turismo étnico   a forma como ele   pensado pelos mesmos e de como   trabalhado a imagem destes grupos nos apelos do Marketing para reforçar a promo o de uma localidade, assim sendo, segundo este: “se um grupo étnico que vive em determinada região   algumas vezes idealizado e apresentado como uma atra o para o visitante, outro modo de expressar esse fato   afirmar que a diferença étnica “exótica”, pode algumas vezes funcionar como um tema.”

A partir da vinda e a procura pelo contato com estas culturas, tornou - se possível a configura o de um roteiro de visita o às colônias de grupos de imigrantes aonde a atividade turística vem se desenvolvendo. Sobre este fato Ansarah, (1999 p.140) justifica que: “[...] em virtude da grande variedade de paisagens nas diferentes regiões rurais bem como da riqueza e diversidade cultural nas propriedades com sistema produtivo peculiar, cada espaço tem seu próprio turismo, valorizando assim, a identidade local.”

Para tanto as Col nias de imigrantes anteriormente citadas (Castrolanda, Carambeí, Entre Rios, Prudentópolis, Arapoti e Witmarsum) se organizaram, em torno da COOPTUR (Cooperativa Paranaense de Turismo), configurando uma rota chamada “Rota da Imigra o”, na região. A missão desta   o de: “desenvolver o turismo no Paraná de forma organizada e

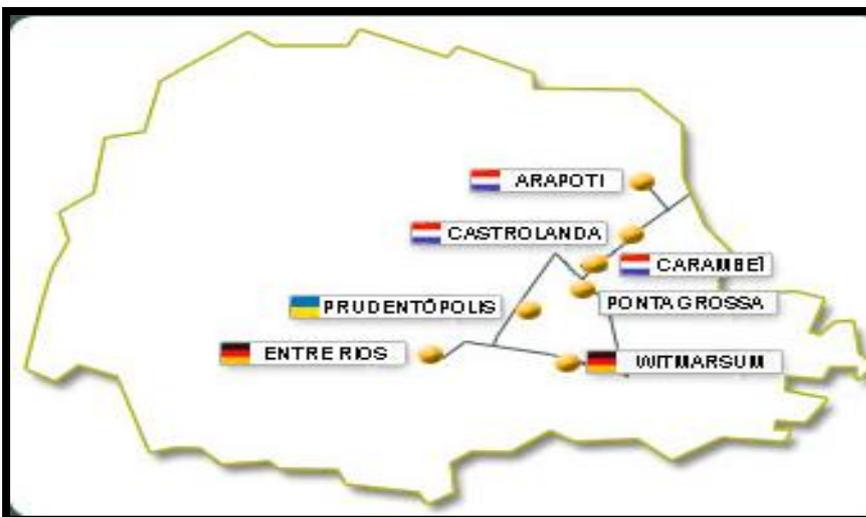
sustentável, preservando e valorizando o patrimônio cultural, natural e produtivo de cada localidade." *

Configuram - se dois roteiros de visitação na região dos Campos Gerais, sendo um baseado na cultura holandesa e outro na cultura eslavo – germânica, ambos englobando visitas a igrejas, museus, degustação da culinária étnica, apresentação de grupos folclóricos entre outros.*

A criação de roteiros tem o mérito de estimular o fluxo para visitar pontos da região, trazendo renda e dinamizando as economias das localidades Murta (2002 p. 144), auxiliando dessa forma, a ampliação da oferta turística da região, essa, segundo Bahl (2004 p.19): “compreende os componentes que podem interagir para a composição de um produto turístico, independentemente do aspecto preço ou que possibilitem ordenar nas localidades receptoras.” Barreto (2000 p.38), complementa afirmando que a composição de um produto turístico também deve respeitar os costumes da comunidade envolvida, para ela: “[...] a oferta turística, fundamentada nos valores, representa a parte mais substanciada do patrimônio do setor”.

A figura 18 mostra o roteiro das colônias de imigrantes que trabalham a atividade turística.

FIGURA 18: Mapa: Roteiro dos Imigrantes



Fonte: Cooperativa Paranaense de Turismo (2008).

10 Cooperativa Paranaense de Turismo. Disponível em: <http://www.cooptur.coop.br/>.

11 Ver folder em anexo.

De acordo com Banducci e Barreto (2001, p.146), o turismo étnico apresenta uma dupla contribuição:

Acredito que se possa pensar o turismo étnico, por fim, de duas perspectivas: uma é pelo que se busca no turismo, e, no caso do turismo étnico, o nativo seria o foco da viagem (visitação). Outra perspectiva seria ver o turismo étnico pelo que o turista vê (encontra) durante a visitação.

Com relação as diversas formas de manifestações que podem ser encontradas no cenário turístico tem-se entre elas o artesanato, a arte que vai representar pelas formas, pelo saber – fazer, um povo.

2.4 O artesanato

No campo das manifestações produzidas por diferentes grupos e consumidas pelos turistas está o artesanato e os modos de produção artesanal, pois de acordo com Tadeu (2008), estes constituem – se uma: “manifestação artístico - cultural tradicional integra o universo anônimo e coletivo de usos, costumes e ritos de um povo.”

Segundo Beni (2000, p. 305), o artesanato refere – se a todo: “[...] objeto produzido manualmente ou com máquinas rudimentares, em pequena escala que refletem a concepção especial e formal dos artistas populares de uma área, região ou país”. Ainda de acordo com este, as técnicas e matérias – primas variam de região para região.

Serrano e Bruhns (2000 p.66) explicam que o desenvolvimento modo de produção artesanal por grupos étnicos os representa perante o universo externo ao que vivem:

Esse artesanato, a arte funcional popular possui fortes conteúdos étnicos emanados da tradição e da cultura do lugar, constituindo - se na origem, na expressão material da cultura e de sua percepção. O artesanato torna-se assim, mais uma forma de identificação do grupo perante o externo, manifestando-se como símbolo material estereotipada que o representa.

Aqui, cabe também lembrar que a cultura não é algo estático, está sempre mudando e com ela mudam - se as formas de produção também, pois de acordo com Lemos (1984 p.12) “o programa de sucessivas alterações nos usos e costumes também exigem modificações nos artefatos de uso prolongado, como nas casas de morada, por exemplo”.

As formas de produção de modo artesanal podem ser agrupadas conforme o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2008) com base na sua origem, uso e destino, sendo dividido em: arte popular; indígena; tradicional; referência cultural e conceitual; trabalhos manuais; produtos típicos; produtos industriais e semi - industriais.

Além desta classificação, o Sebrae, sugere uma outra, com base na matéria-prima utilizada, podendo, de acordo com estes, ser:

- De origem natural mineral: pedra, argila;
- De origem vegetal: fibras, madeiras, cascas e sementes;
- De origem animal: couro, chifre e ossos, conchas e corais, lã, penas e plumas;
- Com matéria - prima mineral processada: metal, vidro, gesso, parafina;
- Com matéria - prima vegetal processada: fio, tecido, borracha;
- Com matéria - prima animal processada: couro, fio de seda, lã;
- A partir da matéria - prima reciclável/ aproveitada;
- Com matéria - prima mineral processada: metal, vidros, plástico;
- Com matéria - prima vegetal processada: madeira, papel, tecido;
- Com matéria - prima animal processada: couro, lã;

A documentação dos traços culturais que representam uma comunidade auxilia no entendimento da mesma frente as modificações que estão ocorrendo, que vêm tornando as culturas iguais como explica Pellegrini (1993, p.107):

A memória brasileira foi e está sendo atropelada pelo progresso cego: especulação imobiliária, expansão ou inchaço das áreas urbanas, os órgãos de comunicação social, facilitando o advento e a adoção de modismos da época... Daí a necessidade ainda maior de preservação esclarecida e da documentação dos traços culturais se pode efetuar uma leitura satisfatória da Nação.

Acerca da importância e documentação dos traços culturais que compreendem o patrimônio dos povos, Barreto (2001 p.43) complementa:

Legado cultural mantém a continuidade cultural, são um nexo dos povos com o seu passado. A continuidade e a contigüidade com o passado dão certezas, permitem traçar uma linha na qual nosso presente se encaixe, permitem que saibamos mais ou menos quem somos e de onde viemos, ou seja, que tenhamos identidade.

Assim, a documentação de formas de produção de maneira artesanal também se faz relevante frente a recriação em massa de objetos iguais, sem características culturais. Conforme afirma Della Mônica (1984 p.20):

Com os tempos modernos, os objetos deixaram de ser feitos à mão. A indústria acelerou a sua produção, vomitando-os em idênticas faturas. É a produção em série. É a multiplicação, e como as máquinas vão a todos os lugares, os variados Patrimônios Culturais de variados lugares vão tendendo a uma uniformização, a uma universalização [...].

Nesse sentido, Urry, (2001 p.17) lembra que, até mesmo as tarefas cotidianas de um povo podem ser encontrados elementos que venham a acrescentar valor a experiência do turista na área visitada, pois para este: “em vez de constituir um tema banal, o turismo é significativo em sua capacidade de revelar aspectos de práticas normais, que caso contrário, poderiam permanecer opacas”. Gastal (2006 p.82) acrescenta que: “o espaço se dá aos nossos sentidos principalmente pelo olhar, embora os demais sentidos contribuam para as trocas que se efetuem nele e com ele”.

Nesse sentido, a interpretação do patrimônio o qual segundo Murta e Goodey (2002, p.13) consiste em “acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações que realcem a história e as características culturais e ambientais de um lugar” pode ser significativo para a valorização da cultura e das suas manifestações como o artesanato, pois ainda de acordo com Goodey (2002, p.50) “algumas características centrais da comunidade local são exatamente o que o visitante quer ver, experimentar, compartilhar e talvez levar consigo”.

A valorização do produto contribui para que o artesão seja motivado a desempenhar seu trabalho e para que o mesmo seja elaborado e concentrado no seu local de origem, dentro do seu contexto histórico - cultural o que torna mais significativa a experiência do visitante.

Conforme explica Della Mônica (1984 p. 11):

Um objeto isolado de seu contexto deve ser entendido como um fragmento, de uma ampla urdidura de dependência e entrelaçamentos de necessidades e interesses satisfeitos dentro das possibilidades locais da sociedade a que ele pertence ou pertenceu.

12 Disponível em <http://www.sebrae.com.br>.

13 PINTO apud TRIGO, 2004 p.77 “Cultura é o processo pelo qual o homem acumula as experiências que vai sendo capaz de realizar, discerne entre elas, fixa as de efeito favorável e, como resultado da ação exercida, converte em idéias as imagens e lembranças, a princípio coadas às realidades visíveis, e depois generalizadas, desse contato com o mundo natural”.

Através do contato dos turistas com a comunidade é que se torna possível à troca de experiências, a valorização da cultura por intermédio da atividade turística, pois, de acordo com Banducci e Barreto (2001 p.19):

Se por um lado, o Turismo pode ser visto exercendo um papel na construção social das tradições inventadas e de uma nova cultura preservacionista, por outro, a viagem como experiência para o turista, para o viajante, pode resultar numa instância de construção social da pessoa, de afirmação de individualidade e de socialização.

O artesanato, neste contexto, representa a lembrança material da cultura a qual também é, indiretamente, imaterial – considerando - se as técnicas do “saber - fazer” que são empregadas para a confecção do mesmo - que serão levadas pelos visitantes* como um símbolo* da comunidade visitada.

Assim, o modo de produção artesanal nas colônias de imigrantes também pode servir de inspiração para o turismo contribuindo para enriquecer a experiência do visitante com o local visitado, pois a partir do contato entre turistas e a população local, emerge a necessidade de levar uma “recordação”, um bem tangível e intangível referente a cultura local, como prova da experiência vivida. Conforme explicam Serrano e Bruhns (2000 p.66):

O turista, de modo geral, tanto por autocomplacência como por interesse social, necessita mostrar as provas materiais, sempre adornadas pela magia do anedotário, da realização da viagem. Para o turista convencional, a afirmação do périplo é o souvenir, um objeto que conota simbolicamente, a área visitada, mas que não necessariamente corresponde, nem em seu estilo, nem em suas formas ao artesanato tradicional - funcional.

Na dinâmica do turismo, o artesanato se constitui em uma manifestação cultural bastante apreciada pelo visitante ao mesmo tempo em que auxilia na preservação da cultura das colônias e dos grupos étnicos, o que justifica a pesquisa destes.

O artesanato nos seus vários estilos, produzidos na colônia de imigrantes de Witmarsum é o tema do próximo capítulo.

14 Podem proceder da mesma cidade ou de outras bem como serem vindos de outras regiões e países.

15 CASSIER (1994) apud DITZEL; SAHR, 2001, p.395, define símbolo como uma “diferenciação e incorporação, manifestação e encarnação de sentido”.

CAPITULO III

PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

3.1 Universo da pesquisa

Considerando a importância sócio - econômica para a região e particularmente para o município de Palmeira, do qual faz parte, a colônia Witmarsum que dista cerca 23 km da sede urbana, estando ligada a BR 277 e a BR 376 por uma estrada estadual, é composta por imigrantes de origem germânica, constitui – se esta, a delimitação espacial para a análise da produção artesanal dentro do cenário dos Campos Gerais, percorrendo para tanto, as propriedades particulares presentes de Witmarsum.

O presente trabalho busca nas formas de representação do artesanato desenvolvidos na colônia Witmarsum a verificação acerca da possibilidade da criação de uma imagem que simbolize o local.

3.2 Amostra

Para a realização da pesquisa, buscou - se apoio no Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal de Palmeira, através das orientações repassadas e da utilização de dados contidos no Inventário Turístico do respectivo município, e a AWITUR (Associação de Turismo de Witmarsum) representado pelo senhor Heinz Ewert.

A partir das orientações dos profissionais ligados com a atividade turística no município de Palmeira e em Witmarsum e dos dados contidos no Inventário Turístico, chegou - se a amostra a ser analisada, composta por nove artesãos, sendo analisados seis, quatro não puderam ser entrevistados por motivos de saúde ou de abandono da produção.

A entrevista constituiu - se parte importante da pesquisa, pois tornou - se possível o contato com cada artesão em seu local de trabalho.

3.3 Metodologia

A metodologia teve por base o aprofundamento teórico exploratório primário e secundário. A pesquisa de caráter empírico deu margem à elaboração de um questionário baseado no modelo apresentado por Beni (2000 p.317) para a coleta de dados junto aos artesãos de Witmarsum.

Para a realização da presente pesquisa buscou - se cumprir as seguintes etapas:

- Identificação dos artesãos na comunidade;
- Entrevista;
- Obtenção de imagens dos produtos por ele apresentados;
- Análise das imagens obtidas.

Os objetivos que pretendeu - se cumprir com isso, foram o de verificar *in loco* quais são os tipos de trabalhos artesanais que os membros da comunidade witmarsunense desenvolvem, tentando para aquelas que podem se destacar por conterem elementos técnicos ou culturais específicos desenvolvidos por aquele grupo.

Dessa forma, procurou - se compreender também, se e como que este artesanato pode contribuir para a criação de uma imagem que represente o local.

3.4 Resultados

Foram identificados durante a fase de pesquisa nove artesãos, podendo - se entrevistar seis e a partir dos mesmos, traçou - se o perfil do artesanato confeccionado na colônia de Witmarsum.

Os produtos confeccionados podem ser encontrados em vários pontos na colônia sendo estes produzidas nas propriedades geralmente em local específico (uma sala ou uma loja).

As formas de produção artesanal identificadas compreendem gêneros distintos tais como alimentício, ornamental e utilitário (de uso cotidiano). Para melhor compreensão destes elaborou – se um quadro na página seguinte:

Quadro 01: Tipologia do artesanato

Produto	Gênero	Quem Confecciona	Onde pode ser encontrado
Embutidos (lingüiça crua e defumada, queijo de porco, chouriço).	Alimentício	Hilkka Ewert, Heinz Ewert, Dula M. C. Jahn.	Bauernhaus, Confeitaria Kliever e açougue e supermercados da colônia.
Geléias, compotas, conservas, sucos concentrados, bolachas.	Alimentício	Hans U. Kliever, Dÿck e Dÿck	Confeitaria Kliever, Bauernhaus, Centro de informações turísticas de Witmarsum.
Arte em madeira (objetos decorativos em madeira com colagens em palha tratada)	Ornamental	Mônica Dyck	Loja na propriedade da artesã.
Objetos em estilo rústico (em madeira talhada e ferro e pirógrafos) tais como abajures, lustres, ninheiros, rodas d'água, lareiras.	Decorativo / utilitário	Boris Janzen	J.J.Artes
Pachwork	Utilitário	Katarina Janzen	J.J.Artes
Bauermelerei	Pintura ornamental e artesanatos diversos (em palha, vidro, bambu, casca de ovos, corda)	Izalde Hedler	Propriedade da artesã.

As técnicas envolvidas no processo de confecção dos produtos variam conforme o gênero, a disponibilidade de tempo e de material para a elaboração dos mesmos.

Os trabalhos realizados pelos artesãos da colônia abordam temas variados compreendendo o rústico, a vida no campo, a história da região como o Tropeirismo, além da própria cultura (a alemã).

Os primeiros entrevistados foram Hilka Ewert, Heinz Ewert, (proprietários da Bauernhaus, empreendimento de turismo rural situado na colônia). O casal atua na fabricação de produtos embutidos e doces.

Os produtos embutidos confeccionados na *Bauernhaus* são feitos com carne de gado ou porco provenientes da região, sendo os critérios de higiene adotados pelos mesmos, com base nas normatizações da Vigilância Sanitária, tendo para tanto na propriedade, uma sala de preparo específica de onde os visitantes podem acompanhar parte do processo do preparo da lingüiça, do chouriço, da costelinha de porco defumada, conforme a ilustração a seguir:

Figura 19: Embutidos.



Fonte: Arquivo pessoal.

Ewert* explica que só comercializam os produtos na região:

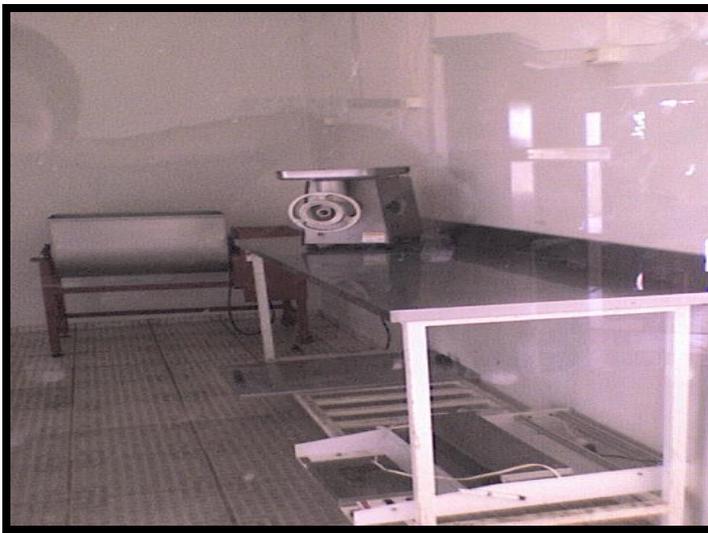
Só vendemos na colônia porque não temos a autorização da vigilância sanitária e para evitar que as grandes indústrias venham conhecer os produtos e patenteiem. Assim evitamos a concorrência direta, pois, quem quiser nossos produtos terão que vir à colônia.

Assim como eles, outras pessoas da comunidade afirmam fazer o mesmo, produzindo dentro da sua capacidade de tempo, espaço e matéria - prima. Sendo a confecção de produtos do gênero alimentício mais especificamente, destinado ao consumo e ao abastecimento de mercados, confeitarias, panificadoras da colônia, onde podem ser encontrados estes.

16 Proprietário da *Bauernhaus*. Entrevista cedida em 15/10/07.

A imagem a seguir mostra a sala utilizada para o preparo de embutidos como a lingüiça, na *Bauernhaus*. A sala é equipada com máquinas que auxiliam o preparo destes.

Figura 20: Sala de preparo de embutidos



Fonte: arquivo pessoal.

Hilkka Ewert, esposa do senhor Heinz, dedica - se a elaboração de doces e compotas com relação a medidas de higiene e prazo de validade. Para oferecer caráter de segurança aos consumidores, o casal elaborou uma etiqueta com informações acerca destes gêneros alimentícios, como mostra a figura 21.

Figura 21: Doce caseiro.



Fonte: Arquivo pessoal.

No empreendimento que mantêm, comercializam, além dos produtos por eles confeccionados, também comercializam doces, bolachas, embutidos e arte em madeira e palha elaborados por outros artesãos da colônia, repassando parte do lucro a estes.

De acordo com o casal, quem procura estes produtos são os turistas vindos principalmente da região de Curitiba que passam o dia na propriedade ou na colônia e acabam ainda de acordo com eles, levando algum produto como as conservas e compotas. (Ver figura 22).

Figura 22: Compotas



Fonte: Arquivo pessoal.

As compotas comercializadas na colônia compõem o hábito alimentar desta comunidade, pois na mesma é possível encontrar até o Chucrute (repolho azedo) que é típico da cultura do povo germânico em geral.

Já os doces e geléias também foram sendo incorporada a dieta alimentar, sendo estes produzidos com frutas cultivadas no local. As figuras 23 e 24 mostram a variedade dessas, assim como as bolachas que podem ser encontradas expostas na *Bauernhaus*.

Um dos confeitheiros que dedica - se entre outras coisas, à fabricação de bolachas caseiras é o senhor Kliewer, o qual apresenta um estabelecimento próprio aonde serve – se o café colonial.

Figura 23: Conservas e geléias



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 24: Bolachas



Fonte: Arquivo pessoal.

A imagem 25 ilustra o artesanato cuja função é decorativa que é fabricado na colônia. Esse por exemplo é confeccionado com palha de duas variedades, além de madeira colados.

Figura 25: Boneca de palha.



Fonte: Arquivo pessoal

A confecção de trabalhos deste tipo, parte da criatividade da artesã Mônica Dyck que também realiza arte com colagens de palha em madeira talhada e em vários objetos decorativos. Desse tipo de técnica são feitas caixas, bandejas e quadros. A artesã Mônica Dyck aprendeu essa arte em Santa Catarina e foi aprimorando. A mesma detém um espaço próprio para a confecção destes trabalhos, os quais podem ser encontrados em sua residência e também na *Bauernhaus*.

Figura 26: Quadro com colagens de palha de trigo tratada.



Fonte: Arquivo pessoal

A imagem a seguir é do Patchwork, que é uma técnica que se utiliza de retalhos de tecidos costurados geralmente a mão podendo este também ser costurado à máquina, utilizado para customizar colcha, almofadas, bolsas, pantufas, bonecas de pano entre outras tecelagens.

Quem realiza este tipo de trabalho na colônia é a senhora Katarina Jansen, a qual realiza este tipo de trabalho há mais de vinte anos na comunidade.

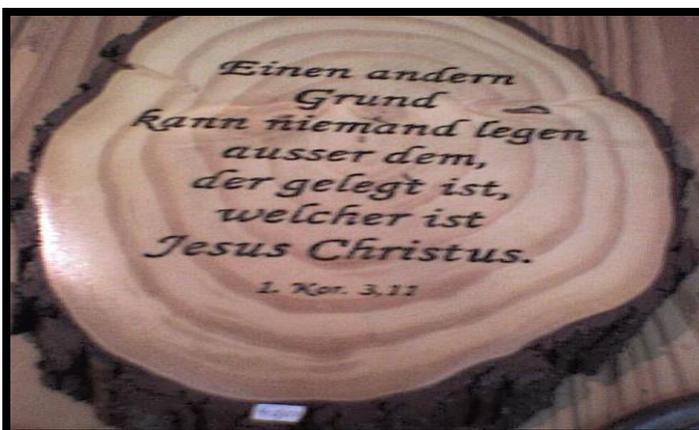
Figura 27: Detalhe da técnica de “Patchwork”.



Fonte: Arquivo pessoal.

Os trabalhos em lasca de madeira talhada e pirografada são obras realizadas na colônia pelo senhor Boris Jansen proprietário juntamente com sua esposa da J. J. Artes. O mesmo realiza trabalhos em madeira e também em ferro (ver imagem 29), compondo móveis para jardim e peças decorativas aproveitando para tanto de materiais adquiridos com outros colonos como rodas de carroças (em detalhe na imagem 29), tambores, ferraduras e madeira bruta de árvores da região para formatar suas obras, a maioria em exemplares únicos e realizados sob encomenda.

Figura 28: Artesanato em madeira pirografada.



Fonte: Arquivo pessoal.

O casal dedica - se ao artesanato como forma de distração, não sendo esta, portanto a única fonte de renda para eles. Por se apresentarem debilitados fisicamente devido à idade avançada, especialmente Seu Boris, estão aos poucos, abandonando a atividade sem terem repassado as técnicas dos seus trabalhos a nenhum de seus descendentes.

Figura 29: Abajur em madeira e ferro.



Fonte: Arquivo pessoal

Figura 30: Lustre de roda de carroça



Fonte: Arquivo pessoal.

Outra variedade de técnica artesanal identificada em Witmarsum é o *Bauermelerei*, o qual caracteriza - se como uma técnica de pintura camponesa que tem sua origem na Alemanha, sendo esta uma das formas que melhor representam a cultura germânica. Ela é aplicada geralmente em objetos que fazem parte do cotidiano da vida no campo, como móveis, latões de leite, cascas (ovos conforme a figura 32 ou madeira) carroças, objetos antigos e em desuso. Sua finalidade é decorativa e quem realiza esta forma de pintura é a artesã Izolde Hedler, que também dirige um grupo de artesãs da colônia.

Figura 31: Técnica de pintura *Bauermelerei* aplicado a móveis e objetos antigos.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 32: *Bauermelerei* aplicado em casca de ovos



Fonte: Arquivo pessoal.

3.5 Análise dos resultados

Com base nas entrevistas realizadas com os artesãos em seus respectivos locais de produção, foi possível identificar na produção artesanal deste grupo em específico que o mesmo ainda conserva ligação com a cultura através das técnicas aprendidas em família e que se faz característico da cultura germânica como a técnica de pintura *Bauermelerei* e mesmo na parte de culinária com a elaboração da lingüiça.

Aqui pode - se notar que algumas técnicas foram sendo modificadas com o tempo conforme relatos em função da matéria prima ter se tornado escassa ou de não ter sido encontrada sendo esta adaptada pela artesão sem prejuízo estético ao produto final. Isso dentro da cultura é admissível, pois de acordo com Della Mônica (2001 p.48) “as culturas não são estáticas e a autenticidade dos povos e das pessoas muda ao longo do tempo. Nada nem ninguém permanece absolutamente idêntico a si mesmo para sempre”, e o programa e as sucessivas alterações para os usos e costumes também exigem modificações nos artefatos [...].

Della Mônica, 1984 p.12.

Muitos destes traços e de alguns tipos de produtos que são de interesse turístico como artesanato ou mesmo souvenir encontra - se em ameaça de desaparecimento por as técnicas não terem sido repassadas aos descendentes, havendo conforme relatos o desinteresse de muitos destes em dar continuidade ao trabalho realizado ou iniciado em família.

Há por parte dos artesãos a preocupação em não trabalharem o mesmo estilo de artesanato que os demais com peças únicas, seja pela cor, pelo desenho aplicado, pela funcionalidade.

Os produtos de gênero alimentício procuram obedecer a questões legais como rotulagem ou etiqueta contendo informações como o prazo de validade dos mesmos.

Os artesanatos do tipo ornamental são feitos em pequena escala e sob encomenda.

Conforme depoimentos, a colônia tem recebido muitos visitantes oriundos da região principalmente de Curitiba, além de receberem turistas da Alemanha e pesquisadores. O turismo para a comunidade representa uma forma alternativa de geração de renda. Porém nota - se a preocupação com a pirataria (réplicas dos produtos que são imitados e vendidos fora da colônia, levando o nome desta).

Muitos dos objetos encontrados com exceção do *Bauermelerei* não são de origem germânica nem foram aprendidos em família, estes provém de técnicas ministradas em curso.

A procura das diversas formas de objetos confeccionados na colônia motivou a elaboração do capítulo seguinte, sobre a importância da construção de uma imagem que represente o local, tendo encontrado no artesanato sua atratividade.

CAPÍTULO IV

A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM LOCAL

4.1 Patrimônio e Imagem

A documentação de traços culturais que representam uma comunidade se faz importante, sobretudo para a preservação deste patrimônio pela mesma, podendo esta ser utilizada a favor da construção de uma imagem condizente com a realidade local, pois, para Cordeiro, (2005, p.83) “a preservação do patrimônio e a atividade turística possuem uma relação intrínseca de existência, pois o turismo exige e acaba provocando a restauração de valores e sua necessidade de preservação”. Acerca da imagem turística e sua ligação com o patrimônio, Ditzel e Sahr (2001 p.402) esclarece que:

A imagem turística precisa de um determinado nível de profundidade, detalhamento e diversidade estrutural. Ela necessita, portanto, ser composta de vários elementos. A cultura local geralmente responde a este requisito, combinando as comidas ofertadas, os trajes, os elementos arquitetônicos, a paisagem, as informações históricas etc.

Urry (2001, p.162) complementa que não existe melhor forma de se construir uma imagem turística positiva para um local do que a partir do turismo cultural: “um modo mediante do qual inúmeras cidades foram bem sucedidas em construir uma imagem turística relativamente coerente se dá através do denominado turismo cultural.”

Para tanto, a cultura enquanto patrimônio de um grupo necessita das estratégias de marketing para a sua divulgação e atração turística, além de ser benéfico para a promoção do produto confeccionado como explicam Banducci e Barreto (2001, p.140): “a outra questão é que essas tradições geradas na arena turística são ou para a venda (artesanato) ou para reforçar, como estratégia de marketing, a venda desse artesanato”.

4.2 Marketing

De acordo com o Sebrae (2008) o Marketing, em seu contexto amplo, pode ser entendido como “a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às

relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores.” Ainda de acordo com este, essas necessidades e os desejos dos consumidores são satisfeitos mediante a aquisição de um produto ou de um serviço, sendo este motivado por uma necessidade fisiológica (alimentação, abrigo, frio) ou psicológica (status, segurança, diversão).

No campo da atividade turística a contribuição que o marketing tem a apresentar reside na capacidade deste em estimular a elaboração de produtos para o setor que se enquadrem às expectativas dos turistas, pois, segundo Trigueiro (1999 p. 15):

A função do marketing, especialmente para o turismo, consiste precisamente em identificar esses segmentos de mercado, promover o desenvolvimento de produtos turísticos e fornecer aos turistas potenciais informações sobre os produtos oferecidos.

Logo, o Marketing pode ser analisado sob a ótica do produto turístico de forma geral e especificamente quando se trata da apresentação de um produto dentro deste cenário como é o caso das formas representativas do artesanato, conforme Hughes (2004 p. 210): “a promoção do destino vem em primeiro lugar seguida pela promoção da produção”. Em outra análise, é possível afirmar que o apelo estético firmado e fixado pela criação de uma imagem contribui para a aquisição de produtos, pois, de acordo com Jameson (1995) apud Gastal, (2006 p.157): “a sociedade do consumo assume uma dimensão estética”.

Logo, a imagem que se cria de uma localidade ou de um produto é um suposto de comunicação visual no qual se materializa um fragmento do universo perceptivo e que apresenta a característica de prolongar sua existência no curso do tempo. (ZUNZUNEGUI apud GASTAL, 2006 p.159).

Nesse sentido, utilizar a imagem para estimular o imaginário dos turistas se configura como uma maneira de incentivar o consumo. Segundo Gastal (2006 p.178) “os imaginários nascem da imagem mental que cada um faz do espaço da vida e que dado o mesmo fundo de experiência para todos os indivíduos de um grupo”.

Acerca da capacidade do marketing em “seduzir” e da atividade turística em proporcionar ao visitante o contato com outras culturas, Wiener (1980) apud Hughes (2004 p. 117) defende que:

O turismo tende a agregar os elementos dos recursos culturais em seus esforços promocionais e de identificação do mercado, ainda que sejam a totalidade de veículos por meio dos quais a comunidade liberta sua energia cultural, criando o metabolismo único de um lugar [...]. Uma abordagem compreensiva dos recursos culturais unindo as artes, humanidades e preservação histórica deveria ser explorada mais minuciosamente.

A imagem de um local pode ser trabalhada de diversas formas, redescobrimo e apresentando aos turistas, práticas culturais que permaneciam ocultas, constituindo essa numa forma de agregar valor a experiência no local visitado e incentivar o retorno destes. Sobre isso, Lemos (1999, p. 69) destaca que: “o turista é um divulgador do local visitado quando retorna à sua cidade de origem. Satisfeito, a probabilidade de seu retorno é grande e a propaganda positiva estimula a vinda de outros turistas. Pior que não aumentar a recepção de turistas é deixar de satisfazer os atuais.”

Dessa forma, aplicando – se o Marketing à atividade turística pode - se construir a imagem representativa do local ou mesmo fazer uma releitura daquilo que já foi ou deixou num primeiro momento de ser apresentado, pois conforme Gastal, (2006 p. 178). “as forças de mercado criam e difundem novos cenários que devem se sobrepor àqueles cuidadosamente elaborados pelas vivências pessoais e individuais”.

4.3 Imagem Local

O ramo da atividade turística apresenta várias segmentações, assim conforme a sua motivação e com base nas expectativas criadas com a vinculação de uma imagem, o turista pode optar por aquela que corresponda aos seus interesses, desejos e necessidades. No campo das manifestações apropriadas pelo turismo o artesanato configura - se como o objeto ou um repleto de representatividade do local visitado que o turista possivelmente vai levar consigo do local visitado, portanto, é importante que o mesmo tenha alguma ligação com a cultura

local. Seja pelas técnicas empregadas ou pelas matérias - primas utilizadas, conforme apresenta Serrano e Bruhns (2000 p.167):

O êxito comercial do ‘exótico’, faz com que as réplicas revalorizem o original, influenciando em sua conservação, e que o processo de elaboração, representando como único e como expressão viva da cultura local, signifique mais que mero trabalho, contribuindo para uma apreciação socialmente relevante de seus praticantes.

Logo, foi o que observou - se em Witmarsum onde a prática do artesanato encontra sua fundamentação na própria cultura e isto corresponde um ponto positivo para que a atividade encontre a sua sustentabilidade, conforme defendem Funari e Pinsky (2001 p.15) “além do valor cultural específico, do ponto de vista do turismo cultural, esses bens materiais possuem outro valor, o de serem objetos indispensáveis cujo consumo constitui a base de sustentação de sustentabilidade da própria atividade”.

Assim o que se torna evidente dentro da relação entre as manifestações produzidas e consumidas pela atividade turística em seu local de origem é que há muitos aspectos que integram o campo das manifestações culturais que podem ser incorporadas a través do processo de Marketing à atividade turística auxiliando esta a encontrar sua manutenção e revigoração para a mesma e para os grupos envolvidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A imagem turística de Palmeira está associada à presença de variados grupos étnicos, tendo esta um potencial para “promover” o Turismo Étnico - Cultural, dos grupos fixados no município especialmente por contar ainda, com uma comunidade de imigrantes que mantém preservados elementos culturais referenciais de sua cultura como Witmarsum justificando assim, a importância do estudo dos produtos confeccionados nesta colônia enquanto expressão da cultura que é significativa em seu contexto histórico formador e que agrega valor a prática do Turismo na região.

Os produtos identificados no local e que são adquiridos pelos visitantes como símbolo da comunidade são o *Bauermelerei*, (técnica de pintura camponesa aplicada a objetos rústicos), objetos em madeira talhada, embutidos, tecelagem, compotas.

A “exploração” destes produtos pelo Marketing e pelo Turismo confere a colônia Witmarsum um diferencial, que pode ser mais bem trabalhado apresentando para tanto potencialidade projetar, dessa forma, o Turismo Étnico – Cultural da localidade.

Percebe - se, portanto, a importância dos produtos elaborados sob técnicas artesanais em Witmarsum para a manutenção dos padrões relevantes à cultura deste grupo étnico conferindo um elo significativo com suas tradições. Uma vez que a atividade turística, mais especificamente o Turismo étnico exige relacionamento humano, percebeu - se em entrevistas que apesar da comunidade que foi estudada nesta pesquisa, um desejo de “apresentarem” sua identidade de modo a evidenciar o orgulho da sua história, de suas origens. Sendo perfeitamente aceito a divulgação de seus produtos e de um Turismo de forma orientada para o local.

Dessa forma, pode - se considerar que a apropriação feita pela atividade turística e afirmada com a divulgação do artesanato de Witmarsum, caracteriza a construção de uma imagem turística apropriada ao local, pois o mesmo apresenta potencial, afirmado até mesmo

pela procura destes elementos pelos turistas, para representar a colônia, se fazendo necessário para tanto, um planejamento que melhor envolva os setores público e privado e a comunidade local como um todo.

O presente trabalho fundamentou - se na colônia Witmarsum em Palmeira, visando afirmar a potencialidade da criação de uma imagem turística que agregue valor às manifestações culturais existentes nos municípios e que muitas vezes são esquecidos, mas que se bem conduzidos podem servir como estímulo a de prática da atividade turística.

Esta pesquisa não se encerra aqui, estando aberta a complementações cabíveis, no sentido de colaborar para fortalecer por meio da documentação de traços culturais que possam servir de estímulo ao Turismo Etnico - Cultural da região.

REFERENCIAS

ACRAS, Vanessa Kaiut Schemberger. **A importância da gastronomia como atrativo para o turismo rural.** 2005, 86 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Bacharelado em Turismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa 2005.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.) **Turismo e segmentação de mercado.** São Paulo: Futura, 1999.

BAHL, Miguel. **Legados Étnicos & Oferta Turística.** Curitiba: Juruá, 2004.

BANDUCCI JR, Álvaro; BARRETO, Margarita (orgs.) **Turismo e identidade local: Uma visão antropológica.** Campinas - São Paulo: Papyrus, 2001. (Coleção Turismo).

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

_____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo** São Paulo: Papyrus, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** 3ª ed. Ver. Aum. São Paulo. Editora SENAC São Paulo, 2000.

CARNEIRO JR, Renato Augusto (org.). **Pratos Típicos Paranaenses.** Curitiba: Secretaria de Estado de Cultura, 2004.

COBRA, Marcos **Marketing Básico: uma abordagem brasileira**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CONTRERA, Malena Segura; HATTORI, Osvaldo Takaiki (orgs). **Publicidade e Cia**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CORDEIRO, Danielle. **A arquitetura étnica do município de Ponta Grossa: patrimônio cultural e atratividade turística**. 2005, 148 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharelado em Turismo) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2005.

COOPERATIVA MISTA AGROPECUÁRIA WITMARSUM LTDA, **Witmarsum em quatro décadas 1951 - 1991**. Palmeira: Kugler Artes Gráficas, 1995.

DELLA MONICA, Laura. **Turismo e Folclore: um binômio a ser cultuado**. 2 ed. São Paulo: Global, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. **Imigração Urbanização e Industrialização**. Rio de Janeiro. Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos Brasil – Ministério de Educação e Cultura, 1964.

DITZEL, Carmencita de Holleben Mello; SAHR, Luiza Löwen (orgs). **Espaço e cultura: Ponta Grossa e os Campos Gerais**. Ponta Grossa: UEPG, 2001 p. 518.

FREIRE, Doía; PEREIRA, Lígia Liette. História Oral, Memórias e Turismo Cultural. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (orgs) **Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte. Ed. UFMG: Território Brasilis, 2002.

FUCS, José. O Brasil que cresce e prospera. p.66 **Revista Época**. São Paulo: Globo, 18 de junho de 2007.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

GASTAL, Suzana. **Alegorias Urbanas: o espaço como subterfúgio**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2006.

GONÇALVES, Maria Aparecida Cezar; PINTO, Elisabete Alves. **Ponta Grossa Um Século de Vida (1823 -1923)**. Ponta Grossa. Kugler Artes Gráficas Ltda. 1983.

GOODEY, Brian. A Interpretação e Comunidade local. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. (orgs). **Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

HORBATIUK, Paulo. **Imigração Ucraniana no Paraná: a colônia ucraniana de Mallet, núcleo de preservação e irradiação de padrões da cultura ucraniana** (estudo de caso). Porto Alegre, 1983.

HUGHES, Howard. **Artes, Entretenimento e Turismo** [tradução Mariana Aldrigui Carvalho]; São Paulo: Roca, 2004. 246p.

KNEBEL, Rosemeri Leane. Belle époque pontagrossense: imigração, ferrovia, sétima arte e música. In DITZEL, Carmencita de H. Mello; SAHR, Luiza Löwen (orgs). **Espaço e cultura**. Ponta Grossa: UEPG, 2001.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 1 ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

LANGE, Francisco Lothar Paulo. **Os Campos Gerais e sua princesa**. Curitiba: COPEL, 1998. 328p.

LAZZARI, Beatriz Maria. **Imigração e Ideologia; reação do parlamento brasileiro de colonização e imigração (1850-1875)**. Porto Alegre. Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes, Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul, 1980.

LEMOS, Carlos A. C. **O que é patrimônio histórico**. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1984. (Coleção Primeiros Passos).

LEMOS, Leandro de **Turismo: que negócio é esse? – uma análise da economia de mercado**. Campinas - São Paulo, 1999.

MELO Mário Sérgio de; MENEGUZZO Isonel Sandino. Patrimônio natural dos Campos Gerais do Paraná. In DITZEL, Carmencita de H. Mello; SAHR, Luiza Löwen (orgs). **Espaço e cultura**. Ponta Grossa: UEPG, 2001.

MOESCH, Marutschka Martini. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MÜLLER, Estevão. **Os ventos sopram liberdade: Alemães do Volga, a epopéia de um povo**. Ed. especial comemorativa. São Paulo: Centro Marista de Estudos e Pesquisa, 2003.

MURTA, S. M.; ALBANO, C. **Interpretar o Patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

PELLEGRINI F. A. **Ecologia, Cultura e Turismo**. Campinas: Papirus, 1993.

PETRONE, Maria Tereza Schorer. **O imigrante e a pequena propriedade** 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PIRES, M. J. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira, (org.) **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

_____ **Consumo e Espaço - Turismo, Lazer e Outros Temas**. São Paulo: Roca, 2001.

SAHR, Cicilian luiza Löwen; SAHR Wolf-Dietrich. A imagem turística cultural do planalto dos Campos Gerais. In DITZEL, Carmencita de H.Mello; SAHR, Luiza Löwen (orgs.). **Espaço e cultura**. Ponta Grossa: UEPG, 2001.

SAINT- HILAIRE, Auguste de, **Viagem A Curitiba e Santa Catarina**. Belo Horizonte; ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1978.

SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza D.P. (orgs.) **Olhares Contemporâneos do Turismo** Campinas, São Paulo: Papyrus, 2000.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **Turismo Básico**. 7 ed. São Paulo:SENAC, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói (org.). **Turismo como aprender, como ensinar**. v.1 3 ed. São Paulo: SENAC. São Paulo, 2003.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Marketing e turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. 100p.

Universidade Estadual de Ponta Grossa. Biblioteca Central Professor Faris Michael. **Manual de Normatização Bibliográfico para trabalhos Científicos**. Ponta Grossa: UEPG, 2005.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** Tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura. 3 ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001 (Coleção Megalópolis).

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens** São Paulo: Pioneira, 1995.

WACHOWICZ, Rui C. **História do Paraná** 10 ed. Curitiba: Imprensa Oficial do Paraná, 2002. 360p.

_____. **História do Paraná.** 6 ed. Ampliada. Curitiba: Gráfica Valentina Ltda, 1988.

WANSOVICZ, Tereza. **Memória de Palmeira.** v. 1: Palmeira. Paraná, [1989?] (Acervo da Biblioteca Pública Municipal Moisés Marcondes).

WITMARSUM CINQUENTA ANOS NO PARANÁ. **A história da colônia: a atuação menonita, os pioneiros.** Palmeira, Paraná: ed. Cidade Clima Comunicação e Arte, 2001.

REFERENCIAS ELETRONICAS

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO. **Rota dos Imigrantes**. 2008. Disponível em: < <http://www.cooptur.coop.br/> > Acesso em 25 de setembro de 2008.

DICIONÁRIO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO DOS CAMPOS GERAIS. **Campos Gerais**. Universidade Estadual de Ponta Grossa Ponta Grossa. Ponta Grossa, 2008. Disponível em: <http://www.uepg.br/dicion/campos_gerais.htm>. Acesso em 15 de abril de 2008.

HORODYSKI, G. S., RUSCHMANN, D. U. M. **Revista eletrônica de Turismo Cultural**. Escola de Comunicação e Arte da Universidade de São Paulo. Ano 01 nº 01. São Paulo, 2007. Disponível em: < <http://www.eca.usp.br/turismocultural/index.htm> >. Acesso em 18 de setembro de 2008.

TADEU, Márcio. **Artesanato, uma expressão cultural**. In SEBRAE. São Paulo, 2008. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato/sobre-artesanato/identidade-cultural/integra_bia?ident_unico=1287 > Acesso em 05 de outubro de 2008.

SEBRAE NACIONAL. **Termo de Referência Artesanato, categorias de artesanato**. 2008. Disponível em: < <http://www.eca.usp.br/turismocultural/graziela.pdf> > Acesso em 30 de setembro de 2008.

SEBRAE NACIONAL. **O que é marketing?** 2008. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/planeje-sua> >

[empresa/marketing/1100-o-que-e-marketing/BIA_1100/integra_bia](#) > Acesso em 15 de abril de 2008.

APENDICE A – Questionário de coleta de dados

APENDICE 1:**Modelo de questionário utilizado para a entrevista com os artesãos de Witmarsum.**

- 1) Onde é produzido?
- 2) Qual é a matéria - prima utilizada?
- 3) Quais as formas de elaboração empregadas?
- 4) Quais são os temas abordados?
- 5) Aprendeu as técnicas com quem?
- 6) Qual é o tempo que leva para produzir?
- 7) É comercializado somente na colônia?
- 8) É feita a divulgação destes produtos?
- 9) Que tipo de turista que o procura?
- 10) Tem notado ou repassou as técnicas de artesanato á alguém?

ANEXO A – Folder Rota dos Imigrantes

ANEXO B – Folder Turístico de Witmarsum

