

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

ALINE DAIANE MONTEIRO

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO: COMERCIALIZAÇÃO DA
IMERSÃO EM COOPERATIVISMO NAS ROTAS HOLANDESA E ESLAVO-
GERMÂNICA

PONTA GROSSA
2010

ALINE DAIANE MONTEIRO

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO: COMERCIALIZAÇÃO DA
IMERSÃO EM COOPERATIVISMO NAS ROTAS HOLANDESA E ESLAVO-
GERMÂNICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
para obtenção do título de graduada na
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área
de Bacharelado em Turismo. Setor de
Ciências Sociais Aplicadas.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Jorge Guimarães

PONTA GROSSA
2010

ALINE DAIANE MONTEIRO

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO: COMERCIALIZAÇÃO DA
IMERSÃO EM COOPERATIVISMO NAS ROTAS HOLANDESA E ESLAVO-
GERMÂNICA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de
graduanda na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Bacharelado em
Turismo. Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Ponta Grossa, 22 de outubro de 2010.

Prof. Dr. Cláudio Jorge Guimarães – Orientador
Doutor em História pela Universidade Estadual Paulista – Assis,SP
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Dedico a minha mãe Márcia e a meu futuro esposo Stefan.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me ajudado a chegar até aqui.

Ao Prof. Dr. Cláudio Jorge Guimarães, por toda atenção dedicada á mim, e pela contribuição com seus conhecimentos.

Á Cooperativa Paranaense de Turismo por todas as informações repassadas que me ajudaram a elaborar este trabalho e pelo tempo em que estive presente na empresa.

Á todos aqueles que responderam aos meus questionários, entendendo a importância desta pesquisa.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo identificar os principais critérios de comercialização da Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR), a partir dos Roteiros de Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa e Eslavo-Germânica, criando a possibilidade de ampliação dos produtos existentes e garantindo um fluxo contínuo de turistas nas regiões de atuação da Cooptur, assim como identificar suas ações para o desenvolvimento do turismo em algumas cidades e colônias de imigração européia do Paraná. Para se atingir o objetivo proposto, foi abordado o tema cooperativismo, sistema de organização formal adotado pela Cooptur. Metodologicamente utilizou-se de pesquisa bibliográfica, dados em sites institucionais sobre o tema cooperativismo e temática proposta, acervo documental da Cooperativa Paranaense de Turismo, assim como foram utilizadas as Pesquisas de Satisfação de clientes das Imersões para comparação de dados referentes aos anos de 2008, 2009 e 2010, e ainda foram aplicados questionários de opinião aos responsáveis pela Cooptur. Como resultado tem-se um aumento na procura pelas Imersões em Cooperativismo de 25% do primeiro ano de comercialização (2008) até este ano de 2010, assim como novos projetos turísticos sendo adotados pela Cooptur, já aceitos pelos clientes, com uma procura constante, significando o aumento do fluxo turístico nos dois casos, assim como projetos ainda não lançados, significando mais roteiros e produtos á disposição dos clientes que já conheceram os outros. Sendo assim, o sistema adotado pela Cooptur tem ganho destaque no estado, trabalhando sob a base do turismo étnico bem como a parceria com órgãos oficiais do cooperativismo, tem contribuído para que o turismo avance na qualidade e opções para o turista.

Palavras-chave: Cooperativismo. Roteiros. Imigração. Turismo de Imersão.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1.1 – Diferenças entre Sociedade Cooperativa e Sociedade Comercial	18
QUADRO 1.2 – Diferenças entre Cooperativa e Associação	20
MAPA 1.1 – Localização geográfica das cidades de atuação da Cooptur	27
MAPA 2.1 – Distância do município de Prudentópolis à Capital Curitiba	38
FIGURA 2.1 – Município de Prudentópolis no início da colonização dos eslavos – por volta do ano de 1900	40
FIGURA 2.2 – Portal do Município de Prudentópolis	40
MAPA 2.2 – Localização da Colônia Witmarsum	41
FIGURA 2.3 – Colégio Fritz Kliewer	43
FIGURA 2.4 – Panorâmica da Cooperativa Witmarsum	44
FIGURA 2.5 – Visão Geral da Colônia Witmarsum	44
MAPA 2.3 – Disposição das colônias no Distrito de Entre Rios	47
FIGURA 2.6 – Ajuda comunitária na construção das primeiras casas na Colônia Entre Rios	47
MAPA 2.4 – Rota Eslavo-Germânica	49
MAPA 2.5 – Localização da Avenida dos Pioneiros – principal avenida de Carambeí	50
FIGURA 2.7 – Estação de Carambeí no início da colonização – por volta de 1911	51
FIGURA 2.8 – Moinho do Parque Histórico de Carambeí	52
MAPA 2.6 – Distância da cidade de Castro à Capital Curitiba	53
FIGURA 2.9 – Visão panorâmica da Colônia Castrolanda vista do Moinho	54
MAPA 2.7 – Rota Holandesa	55

MAPA 2.8	– Distância entre as cidades de Carambeí, Castro e Arapoti	56
FIGURA 2.10	– Igreja Ucraniana São Josafat	59
FIGURA 3.1	– Grupo Folclórico Holandês de Carambeí em apresentação no Parque Histórico para o grupo de Imersão em Cooperativismo da Cooperativa Unimed	66
FIGURA 3.2	– Taman Batoe (Jardim das Pedras)	66
FIGURA 3.3	– Parque Histórico de Carambeí e Museu Casa da Memória	67
FIGURA 3.4	– Casa do Pioneiro	68
FIGURA 3.5	– Grupo Folclórico Holandês de Castrolanda e Memorial Da Imigração Holandesa (Moinho)	68
FIGURA 3.6	– Klomp em exposição na Casa do Imigrante Holandês	69
FIGURA 3.7	– Degustação de queijos finos	71
FIGURA 3.8	– Museu Menonita	71
FIGURA 3.9	– Pêssanka em exposição no Museu do Milênio	72
FIGURA 3.10	– Grupo Ucraniano Vesselka	73
FIGURA 3.11	– Pêssankas	73
FIGURA 3.12	– Cômodo do Museu Agrária	74
FIGURA 3.13	– Vinhos Naturwein	74
FIGURA 3.14	– Coral Vollweiter	75
FIGURA 3.15	– Choperia Artesanal Donau Bier	75
FIGURA 3.16	– Mirante da RPPN – Ninho do Corvo	78
FIGURA 3.17	– Corvolesa	79
FIGURA 3.18	– Rapelesa	79
FIGURA 3.19	– Início do Treinamento Vivencial em Cooperativismo	79

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2008 da cidade de Carambeí	82
GRÁFICO 3.2 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2009 da cidade de Carambeí	82
GRÁFICO 3.3 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2010 da cidade de Carambeí	83
GRÁFICO 3.4 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2008	85
GRÁFICO 3.5 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2009	85
GRÁFICO 3.6 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2010	85
GRÁFICO 3.7 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2008	86
GRÁFICO 3.8 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2009	87
GRÁFICO 3.9 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2010	87
GRÁFICO 3.10 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2008	88
GRÁFICO 3.11 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2009	88
GRÁFICO 3.12 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2010	89

GRÁFICO 3.13 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2008	90
GRÁFICO 3.14 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2009	90
GRÁFICO 3.15 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2010	91
GRÁFICO 3.16 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2008	92
GRÁFICO 3.17 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2009	92
GRÁFICO 3.18 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2010	92
GRÁFICO 3.19 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2008	93
GRÁFICO 3.20 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2009	93
GRÁFICO 3.21 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2010	94
GRÁFICO 3.22 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2008	94
GRÁFICO 3.23 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2009	95
GRÁFICO 3.24 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2010	95

GRÁFICO 3.25 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2008	96
GRÁFICO 3.26 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2009	96
GRÁFICO 3.27 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2010	96
GRÁFICO 3.28 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2008	97
GRÁFICO 3.29 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2009	97
GRÁFICO 3.30 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2010	98

SUMÁRIO

Introdução	12
Capítulo 1 – Cooperativa Paranaense de Turismo: o turismo praticado por meio da organização formal do Cooperativismo	16
1.1 A organização formal do cooperativismo	17
1.2 Cooperativa Paranaense de Turismo – COOPTUR	25
1.3 Turismo, cultura e etnicidade	30
Capítulo 2 – Regiões de Imigração do Paraná de atuação da Cooperativa Paranaense de Turismo com potencial turístico por meio do turismo étnico	36
2.1 Colônias e cidades de imigrantes do Paraná com ações da Cooptur	37
2.2 A cultura dos imigrantes do Paraná, nas etnias abordadas, evidenciadas por meio dos símbolos materiais e imateriais	57
Capítulo 3 – Roteiros de Imersão em Cooperativismo e novas perspectivas da Cooptur	62
3.1 Roteiros de Imersão em Cooperativismo: ações da Cooptur	63
3.2 Pesquisas de Satisfação da Imersão em Cooperativismo	80
3.3 Cooperativa Paranaense de Turismo: novas perspectivas	100
Conclusão	108
Referências	111
Apêndices –	115
Anexos –	118

INTRODUÇÃO

A Sociedade Cooperativa é uma sociedade de pessoas que surgiu com o objetivo da prestação de serviços aos associados a baixo custo, levando em consideração a necessidade de auxílio aos trabalhadores, diferenciando-se da Sociedade Comercial em que o principal objetivo é o lucro.

Existem cooperativas em treze setores da economia, sendo um deles o turismo e lazer, setor mais recente e representado por 29 cooperativas no Brasil. No estado do Paraná existem três cooperativas no setor do turismo e lazer, sendo elas a Cooperativa de Turismo e Lazer de Guaraqueçaba (COOPERGUARÁ), a Cooperativa de Transporte de Foz do Iguaçu (COOTTRAFOZ) e a Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) com sede na cidade de Ponta Grossa.

A Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) une os setores do cooperativismo e turismo por meio dos comercializados pela mesma, sendo eles denominados Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa e Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica, principais roteiros e responsáveis pelo maior fluxo de turistas que passam pelos roteiros da Cooptur. Essa união ocorre pela comercialização de produtos e atrativos turísticos bem como palestras e visitas às cooperativas, das cidades de Arapoti e Carambeí e da Colônia Castrolanda formando a Rota Holandesa, e das colônias Witmarsum e Entre Rios e a cidade de Prudentópolis formando a Rota Eslavo-Germânica. Sendo os roteiros traçados pelos turistas dentro de cada localidade citada acima, completando as duas rotas apresentadas.

Em razão do apresentado, a questão que se coloca é em que medida a Imersão em Cooperativismo nas Rotas Holandesa e Eslavo-Germânica, comercializadas pela Cooperativa Paranaense de Turismo, contribuem para o incentivo do turismo nas regiões de atuação das Imersões?

Nesse sentido o presente trabalho teve como objetivo identificar os principais critérios de comercialização da Cooperativa Paranaense de Turismo, a partir dos roteiros de Imersão em Cooperativismo citados acima, criando a possibilidade de ampliação dos produtos existentes e garantindo um fluxo contínuo de turistas nas regiões de atuação da Cooptur, assim como identificar suas ações para o desenvolvimento do turismo em algumas cidades e colônias de imigração européia do Paraná.

Para se atingir o objetivo proposto foi realizada uma análise descritiva por meio de pesquisa bibliográfica referente aos temas cooperativismo, turismo, cultura, etnicidade, histórico das cidades e colônias de atuação da Cooptur, e outros temas ligados direta ou indiretamente com o presente trabalho, com a finalidade de ampliar o conhecimento do sistema adotado pela Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) na comercialização dos seus roteiros.

Para tanto, no que se refere ao referencial teórico foram utilizadas as contribuições de autores como BARRETO, M., e GASTAL, S. para temas relacionados com turismo e cultura, GRUNEWALD, R., e BALH, M. com relação á etnicidade, e MIELKE, E., LIMA, J.C., PERIUS, V. e PIMENTEL, R., com relação ao tema cooperativismo. Foram também realizadas pesquisas em sites institucionais como a Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), a Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) e a Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (OCEPAR) para informações do cooperativismo em geral, assim como nos sites das prefeituras municipais e cooperativas das cidades abordadas neste trabalho.

Foi realizada a pesquisa documental da Cooptur por meio do Estatuto Social, Regimento Interno, Boletins Informativos e Pesquisas de Satisfação do cliente aplicados nos anos de 2008, 2009, e 2010, com o objetivo de ampliar o conhecimento a respeito da parte jurídica e funcionamento da empresa.

Realizou-se, também, uma análise interpretativa das pesquisas de satisfação dos clientes da Imersão em Cooperativismo nos últimos três anos, para um melhor entendimento do nível de satisfação dos clientes e preferências em cada local, bem como o aumento ou diminuição dessa satisfação durante os anos em estudo e possíveis motivos dos resultados, fossem eles positivos e/ou negativos.

Foram aplicados questionários com perguntas abertas, semi-estruturadas e natureza de opinião, com o objetivo do cruzamento dos dados para uma análise das similaridades e diferenças entre as respostas, às pessoas ligadas a Cooperativa de Turismo, sendo um questionário aplicado aos três diretores responsáveis pela empresa desde a sua fundação, sendo eles o Presidente, o Vice-Presidente e o Secretário e a coordenadora geral da Cooptur desde o ano de 2005, e outro questionário a dois cooperados com maior participação nas reuniões e atividades da Cooptur. Os questionários trazem assuntos referentes ao funcionamento atual da Cooptur e perspectivas pessoais de crescimento de cada pessoa que respondeu ao

questionário, levando em consideração o grau de conhecimento de cada um sobre a Cooptur.

Foi ainda realizada a pesquisa in loco durante dois anos e meio de vivência e experiência com a Cooperativa de Turismo e os roteiros operados pela mesma, considerando a participação da pesquisadora próxima da realidade da Cooperativa de Turismo.

Sendo assim a presente pesquisa tem uma natureza exploratória por meio de literaturas, documentos revistados e a experiência da autora, descritiva pela análise dos questionários aplicados, explicativa por meio da interpretação dos dados da pesquisa de satisfação do cliente e, por fim, uma pesquisa participante, pois o grupo pesquisado tem conhecimento da identidade da pesquisadora e dos objetivos da pesquisa.

Para melhor apresentação o presente trabalho está estruturado em três capítulos, sendo o primeiro capítulo dividido em três partes. A primeira parte discorre sobre o tema cooperativismo, sua filosofia, o que o difere da Sociedade Comercial, seu surgimento no Mundo, no Brasil e no Paraná, respectivamente, bem como suas propostas. A segunda parte trata da Cooperativa Paranaense de Turismo, sua fundação, objetivo do seu surgimento, ações e formatação atual, histórico, roteiros comercializados e organizações parceiras. A terceira e última parte do primeiro capítulo traz conceituações e relações entre turismo, cultura e etnicidade, evidenciando a etnicidade por meio de símbolos imateriais e objetos materiais como produto turístico.

O segundo capítulo está dividido em duas partes, tratando das regiões de atuação da Cooptur das Imersões em Cooperativismo e sua relação com o turismo. A primeira parte descreve o histórico da organização dos imigrantes nas regiões na sua chegada, bem como a organização das suas cooperativas, o motivo da sua instalação nos locais onde estão até hoje, a importância das cooperativas na formação e desenvolvimento das colônias e sua organização atual. A segunda parte se refere à cultura dos imigrantes e a possibilidade da comercialização turística da sua cultura ainda preservada por meio dos símbolos materiais e imateriais.

O terceiro capítulo, por fim, dividido em três partes, traz as Imersões em Cooperativismo e as aspirações futuras da Cooptur com base nas suas ações presentes. A primeira parte descreve os roteiros de Imersão em Cooperativismo e o Treinamento Vivencial em Cooperativismo, primeiro treinamento lançado pela

Cooptur, no formato em que são comercializados atualmente. A segunda parte faz a análise do primeiro item e do item Roteiro das pesquisas de satisfação do cliente, identificando produtos considerados, pelos dados da pesquisa, mais fortes e mais fracos, assim como as diferenças entre um ano e outro e entre as cidades no número de turistas. Finalmente, a terceira e última parte traz as perspectivas presentes e futuras da Cooptur com base em depoimentos e opiniões dos envolvidos com a Cooperativa.

CAPÍTULO 1

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO: O TURISMO PRATICADO POR MEIO DA ORGANIZAÇÃO FORMAL DO COOPERATIVISMO

O diferencial do negócio no cooperativismo é a questão do valor de ideais. Todos ganham e todos compartilham dos mesmos princípios.

(Organização das Cooperativas do Brasil)

1.1 – A organização formal do cooperativismo

As atividades desenvolvidas pelas pessoas, em seu campo de trabalho, é também uma atividade social que pressupõe colaboração, trabalho em conjunto, para que as atividades possam ser desenvolvidas de forma cada vez mais rentável e organizada, otimizando custos e permitindo uma maior realização, seja profissional ou financeira. Nesse sentido, ao longo da história do trabalho as pessoas procuraram diferentes formas de organização com objetivos diversos, sendo uma dessas formas o cooperativismo.

As conceituações de cooperativismo são: Cooperar, deriva etimologicamente da palavra latina “Cooperari”, formada por “cum” (com) e “operari” (trabalhar), e significa agir simultaneamente ou coletivamente com outros para um mesmo fim, ou seja, trabalhar em comum para o êxito de um mesmo propósito (OCB, 2008). O cooperativismo é o método de ação pelo qual indivíduos ou famílias, com interesses comuns, constituem um empreendimento, onde os direitos de todos são iguais e o resultado alcançado é repartido entre todos, na proporção da participação de cada um. Portanto o cooperativismo se baseia:

na união de pessoas e na soma de esforços de cada um. É solidariedade constante e permanente procurando melhorar as condições econômicas e sociais dos povos. Ele se desenvolve através de associação de pessoas formando cooperativas. Seu objetivo principal é valorizar o homem e integrá-lo na comunidade (PIMENTEL, 1977, p. 9).

É um movimento mundial que surgiu da necessidade de auxílio aos trabalhadores, por meio da idéia da criação de uma organização formal para a resolução dos problemas em comum dos trabalhadores. Antonialli (2000, p.137), define a cultura organizacional como sendo:

O conjunto de pressupostos básicos que um grupo inventou, descobriu ou desenvolveu, ao aprender como lidar com os problemas da adaptação externa e integração interna e que funcionam bem o suficiente para serem considerados válidos e ensinados a novos membros como forma correta de perceber, pensar e sentir, em relação a esses problemas (Antonialli apud Schein, 2000, p.137).

A idéia de ajuda mutua entre os trabalhadores foi unido em uma organização: a cooperativa, onde formularam suas normas para tornar-se membro

desta organização. A cooperativa é o veículo econômico do cooperativismo, e define-se como uma associação autônoma de pessoas que se unem, livre e voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente criada. As cooperativas podem ser conceituadas como sendo:

Arranjos institucionais amplamente difundidos por diferentes setores da economia, cuja característica comum é compartilhar os princípios fundamentais do cooperativismo. O compartilhamento doutrinário, embora não seja homogêneo e universal, criou as bases para uma linguagem comum, permitindo que se faça referência a um movimento cooperativista internacional, devidamente estruturado e regido, institucionalmente, pela Aliança Cooperativista Internacional (ZYLBERSJZTAJN, 2002, p. 2).

A Sociedade Cooperativa é uma sociedade de pessoas em que o objetivo principal é a prestação de serviços a baixo custo ao associado, valorizando o homem e é, nesse sentido, que uma cooperativa se difere de uma sociedade comercial em que o objetivo principal é o lucro, a valorização do capital. A cooperativa pode ser de qualquer tipo de serviço ou atividade, de acordo com as atividades econômicas dos associados. No quadro abaixo se pode observar as principais diferenças entre as duas.

SOCIEDADE COOPERATIVA	SOCIEDADE COMERCIAL
É uma sociedade de pessoas	É uma sociedade de capital
Objetivo principal é a prestação de serviços	Objetivo principal: lucro
Número ilimitado de associados	Numero limitado de acionistas
Controle democrático: um homem um voto	Cada ação – um voto
Assembléia “quorum” – é baseada no número de associados	Assembléia “quorum” – baseada no capital
Não é permitida a transferência das quotas-partes a terceiros, estranhos a sociedade	Transferência das ações a terceiros
Retorno proporcional ao valor das operações	Dividendo proporcional ao valor das ações

QUADRO 1.1 – Diferenças entre Sociedade Cooperativa e Sociedade Comercial
Fonte: PIMENTEL, 1977, p. 10.

As diferenças entre as duas sociedades determinam claramente o objetivo da sociedade cooperativa: preocupação com a pessoa. Enquanto a sociedade comercial calcula quanto a empresa estará ganhando pelo trabalho oferecido (nesse caso a prestação de serviços), a cooperativa calcula quanto cada associado poderá estar ganhando com o seu serviço, depois se pensa no lucro. Nesse sentido o homem é colocado acima do lucro. Dentro da cooperativa todos são iguais, e

possuem os mesmos direitos, com exceção ao valor das operações que determina que aquele associado que mais tem participação durante o exercício social, terá maior retorno na divisão das operações, porém, não deixa de ser igualitário, pois há associados que participam mais e outros menos.

Mesmo com essas diferenças da participação nas operações existe um princípio do cooperativismo que é a gestão democrática, onde todos os associados têm o direito de um voto ou proporcional ao voto, sempre mantendo a forma democrática. Para Perius:

Através do voto unipessoal, o que distingue fundamentalmente a Sociedade Cooperativa da Sociedade de Capital, na qual o sócio majoritário detém a maioria de votos em função do capital subscrito. Na cooperativa se preconiza o respeito à pessoa humana naquilo que ela é e não naquilo que ela possui como capital. Esse é caráter não capitalista da Sociedade Cooperativa (PERIUS, 1983, p. 14-15).

Sendo assim, os sete princípios da primeira cooperativa foram adotados em todas as cooperativas surgidas no Mundo. Esses princípios, definitivamente, são o que diferenciam uma Sociedade Cooperativa de uma Sociedade Comercial, são elas:

- Adesão voluntária e livre: na sociedade cooperativa todos têm o direito de entrar e sair da sociedade quando quiserem;
- Gestão democrática: nas cooperativas de primeiro grau cada associado tem o direito a um voto, independente do capital (quota-parte) que possuir na sociedade cooperativa; nas cooperativas de grau superior pode ser instituída a proporcionalidade de votos, desde que se mantenha a forma democrática da organização;
- Participação econômica dos cooperados: os cooperados contribuem equitativamente e controlam democraticamente o capital de suas cooperativas;
- Autonomia e independência: as cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos cooperados;
- Educação, formação e informação: as cooperativas promovem a educação e a formação de seus cooperados, dos representantes eleitos, dos gerentes e de seus funcionários, de forma que estes possam contribuir eficazmente para o desenvolvimento da cooperativa;

- Intercooperação: para as cooperativas prestarem melhores serviços a seus cooperados e agregarem força ao movimento cooperativo, devem trabalhar em conjunto com as estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais;
- Interesse pela comunidade: as cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos cooperados.

Outra questão importante de se abordar é a diferença entre associação e cooperação, sendo que esses dois são vistos por muitos como sinônimos, porém, são duas organizações diferentes, nos seus objetivos e ações de trabalho.

As cooperativas têm por objetivo aglutinar pessoas que, através do seu trabalho, da sua produção ou da sua renda, atuando de forma coletiva e organizada, adquirem condições de conquistar espaços dentro da economia globalizada. Vale dizer que caso essas pessoas agissem individualmente, dificilmente conseguiriam atingir suas metas.

Associação é uma entidade de direito privado, dotada de personalidade jurídica e caracteriza-se pelo agrupamento de pessoas para a realização e consecução de objetivos e ideais comuns, sem finalidade lucrativa (SEBRAE, 2009).

Podem-se observar essas diferenças, no quadro abaixo.

	Cooperativa Sociedade de pessoas	Associação Sociedade de pessoas
Objetivo	Prestação de serviços econômicos ou financeiros	Realizar atividades assistenciais, culturais, esportivas, filantrópicas, etc.
Constituição	Mínimo de 20 cooperados	Não existe um número mínimo para sua constituição
Voto	Direito a um voto	Direito a um voto
Pagamento	Os cooperados subscrevem quotas-partes para formar o capital da cooperativa	Os associados pagam uma mensalidade para sua manutenção
Legislação	Legislação própria – Lei Federal nº 5764/71	Regulamentada pelo Código Civil – O Novo Código Civil
Registro	Registrada na Junta Comercial do Estado	Registrada no Cartório de Registro de Títulos e Documentos do Município onde ela estiver localizada

QUADRO 1.2 – Diferenças entre Cooperativa e Associação

Fonte: SEBRAE, 2009.

Na associação há um representante físico que responderá juridicamente por todos os associados, sem direito a ser modificado, a não ser que se crie outra associação com nomes e CNPJ diferentes. Na cooperativa há um representante que poderá ser modificado por vontade dos cooperados, perante a votação na assembléia, de quatro em quatro anos. Apesar das diferenças acima ressaltadas,

ainda assim a associação se assemelha muito a uma cooperativa pelo seu caráter de aproximação de seus associados e pelos mesmos terem ideais em comum pelo bem de todos. Por esse motivo pode-se achar que são sinônimos, porém a legislação deixa bem claro que são duas organizações distintas, tanto que as associações poderão até ser “cooperadas” da cooperativa.

Na Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) existem associações “cooperadas”, isso porque há um representante físico, mas a associação entra no contrato como jurídica, e nesta associação há várias pessoas envolvidas. No caso da Cooptur, cita-se como exemplos a Associação de Moradores de Castrolanda, Associação de Artesãos de Carambeí, Associação Parque Histórico de Carambeí, etc. Várias pessoas estão envolvidas no processo porém, nas assembléias a associação têm direito a um voto que poderá ser dado pelo representante físico dessa associação. A diferença entre associação e cooperação deve ficar bem clara, levando em consideração que antes da existência da primeira cooperativa do mundo, houve a criação da associação.

Historicamente a primeira cooperativa surgiu na Inglaterra, no século XVIII, onde com a Revolução Industrial a mão-de-obra perdeu poder de troca. Os baixos salários e a longa jornada de trabalho trouxeram dificuldades socioeconômicas para a população e diante dessa crise surgiram, entre a classe operária, lideranças que criaram associações de caráter assistencial. Esta experiência não teve sucesso.

Com base na experiência anterior buscaram novas formas e concluíram que, com a organização formal chamada cooperativa, era possível superar as dificuldades. Isso desde que fossem respeitados os valores do ser humano e praticadas regras, normas e princípios próprios (OCB, 2005).

Então 28 operários, em sua maioria tecelões, se reuniram para avaliar suas idéias, respeitaram seus costumes, tradições e estabeleceram normas e metas para a organização de uma cooperativa. Em 21 de dezembro de 1844, no bairro de Rochdale – Manchester (Inglaterra), abriram as portas de um pequeno armazém cooperativo, criando a Rochdale Society of Equitable Pionner, uma cooperativa de consumo de operários têxteis que se expandiu rapidamente com a abertura, em 1850, de uma cooperativa de produção industrial – um moinho – e, em 1854, uma tecelagem e fiação (LIMA, 2004, p. 46).

Em 1852 foi promulgada a lei das Sociedades Industriais e Cooperativas, que passou a regular as relações das cooperativas com o Estado e, em 1895, em

Genebra (Suíça), foi criado o órgão representativo mundial do movimento cooperativista: a Aliança Cooperativa Internacional (ACI), que ratificou os princípios de Rochdale (LIMA, 2004, p. 49).

No Brasil, a primeira movimentação cooperativista aconteceu no final do século XIX com o Movimento Cooperativista Brasileiro, estimulada por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender às suas necessidades. O movimento iniciou-se na área urbana, com a criação da primeira cooperativa de consumo de que se tem registro no Brasil, em Ouro Preto (MG), no ano de 1819, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos de Ouro Preto (OCB, 2005).

No Paraná, segundo a Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar), o cooperativismo iniciou com os imigrantes. O ano de 1823 marca um dos primeiros movimentos de imigração alemã no estado do Paraná, com a chegada de 248 imigrantes alemães, que fundaram a colônia Rio Negro, hoje município. Porém, a movimentação de imigrantes que trouxeram o cooperativismo ao estado teve destaque a partir da década de 1920 com os imigrantes holandeses e, somente a partir de 1950 a imigração alemã se destacou no movimento cooperativista no Paraná.

Baseado na doutrina e filosofia universal o cooperativismo paranaense é formado por 238 cooperativas registradas na Ocepar que agrupam mais de 535 mil associados e geram cerca de 1,3 milhão de postos de ocupação. Tem suas raízes nas comunidades de imigrantes europeus, que procuram organizar estruturas comuns para compra e venda de sua produção, além de suprirem suas necessidades de consumo e crédito através de sociedades cooperativistas. Participando dos diversos ciclos econômicos do Estado do Paraná, as cooperativas expandiram as fronteiras agrícolas e passaram a desenvolver-se também no meio urbano, principalmente nas áreas da saúde, trabalho, serviços, crédito, consumo, educação e habitação (RIBEIRO et al., 2010, p.38).

Esses movimentos de imigrantes deram significativo impulso ao cooperativismo paranaense com as experiências bem sucedidas das cooperativas de colonização europeia, como Witmarsum de Palmeira; Agrária de Entre Rios; Camp de Prudentópolis; Batavo de Carambeí; Castrolanda de Castro; e Capal de Arapoti. Essas cooperativas além de terem sido fundadas pelos imigrantes tinham como associados eles mesmos, que colaboravam mensalmente com a cooperativa para seu desenvolvimento.

O cooperativismo no Paraná tem suas raízes nos esforços das comunidades de imigrantes europeus que procuraram organizar suas

estruturas sociais, de compra e venda em comum, além de suprir suas necessidades de educação, religião e lazer, através de associações e sociedades cooperativistas (MIELKE, 2010, p.104).

Isso explica a ligação dos imigrantes com suas cooperativas, pois antes mesmo de se desenvolverem as comunidades coloniais, criaram-se as cooperativas e, por meio delas, iniciou-se o desenvolvimento das colônias. Os imigrantes tinham apoio social e religioso vindos da cooperativa, essas ações até hoje se encontram em determinadas colônias do Paraná, como por exemplo, na colônia Entre Rios na cidade de Guarapuava, que recebe apoio da Cooperativa Agrária, por meio de projetos sociais desenvolvidos pela cooperativa. Esse é o diferencial das cooperativas coloniais, a cooperativa tinha o apoio da comunidade que, desde o início mantiveram a união em comunidade viva.

Essa questão do apoio á comunidade por parte da cooperativa passou a existir no Paraná a partir da década de 1920 com a fundação da fábrica “De Geus e Cia” no município de Carambeí, que ainda era colônia de holandeses pertencente à cidade de Castro. Desde então, surgiram diversos exemplos de colônias de imigração no Paraná com essa relação entre comunidade e cooperativa, dentre elas, a Colônia Witmarsum na cidade de Palmeira e o Distrito de Entre Rios no Município de Guarapuava.

O cooperativismo, ideologia trazida para o Paraná pelos imigrantes europeus, apresenta no princípio da sua atividade, a divisão e multiplicação dos esforços como instrumento para o crescimento e sustentação das famílias envolvidas (MIELKE, 2010, p.108).

Uma cooperativa funciona através da Assembléia Geral, do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal (PIMENTEL, 1977, p. 13).

A Assembléia é a reunião de todos os cooperados, é o órgão supremo da cooperativa, sendo convocada pelo presidente da cooperativa, pelo Conselho Fiscal se ocorrer motivo especial, ou por 1/5 dos associados, quando o presidente não atender à solicitação dos mesmos. A Assembléia é dividida em:

- Assembléia Ordinária: realizada obrigatoriamente uma vez por ano, dentro dos três primeiros meses após o término do exercício social. Nela é feita a prestação de contas da Diretoria, a destinação das sobras líquidas, eleição dos órgãos de Administração e do Conselho Fiscal;

- Assembléia Extraordinária: realizada sempre que for necessária, poderá deliberar sobre qualquer assunto de interesse da cooperativa, desde que constem no Edital de Convocação. Nos Editais de Convocação devem constar:

- 1- denominação da cooperativa;
- 2- tipo de assembléia;
- 3- hora e data da reunião, bem como o local onde será realizado;
- 4- assuntos a serem tratados;
- 5- número de associados na data da expedição do edital;
- 6- assinatura do responsável pela convocação.

O Conselho de Administração administra a cooperativa, é composto exclusivamente de associados, com mandato nunca superior a quatro anos, sendo obrigatória a renovação de no mínimo 1/3 dos seus componentes. É constituído de um presidente, um vice-presidente e um secretário.

O Conselho Fiscal é composto de seis pessoas, três efetivos e três suplentes, são eleitos anualmente e tem a responsabilidade de cuidar dos interesses de todos os associados.

O documento oficial das cooperativas é o Estatuto Social que contém um conjunto de normas que regem funções, atos e objetivos de determinada cooperativa. É elaborado com a participação dos associados para atender às necessidades da cooperativa e de seus associados (OCB, 2005). Cada cooperativa possui seu Estatuto Social de acordo com sua situação de território, objetivos e metas que diferem uma da outra. Além do Estatuto Social, a cooperativa possui também um Regimento Interno, que depende do setor em que a cooperativa atua.

Todas as cooperativas são representadas, nacionalmente, pela Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), sendo que no total já são 7.261 cooperativas, 8.252.410 associados e 274.190 empregados (OCB, 2009), e pelas organizações estaduais (O'ces) nas unidades de federação, totalizando 27 O'ces. No estado do Paraná as cooperativas são representadas pela Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar). Esses números indicam que seja como alternativa de ocupação, manutenção de empregos ou geração de renda, o modelo associativo vêm se multiplicando (LIMA, 2004, p.47).

A OCB nomeia 13 setores na economia cooperativista: agropecuário, trabalho, crédito, transporte, saúde, educacional, habitacional, infra-estrutura, produção, consumo, mineral, turismo e lazer e especial. O setor de turismo e lazer é

um dos mais novos no Brasil, criado pela Assembléia Geral Ordinária da OCB no dia 28 de abril/00, é composto pelas cooperativas que prestam serviços turísticos, artísticos, de entretenimento, de esportes e de hotelaria, ou atendem direta e prioritariamente o seu quadro social nessas áreas (COAMO, 2008). Estão presentes em menor número, totalizando 29 cooperativas, 30 empregados e 1.489 associados (OCB, 2009).

No estado do Paraná o setor é representado por três cooperativas: a Cooperativa de Transporte da cidade de Foz do Iguaçu (Coottrafoz), a Cooperativa de Turismo e Lazer de Guaraqueçaba (Cooperguará Ecotur), voltada para a conservação do meio ambiente e a Cooperativa Paranaense de Turismo (Cooptur), com sede na cidade de Ponta Grossa (OCEPAR, 2010). A união cooperativismo e turismo no Paraná se dá por intermédio dessas três cooperativas.

A Cooperativa Paranaense de Turismo, objeto de estudo deste trabalho, atende aos empreendedores dos estabelecimentos e produtos turísticos no estado do Paraná, em cidades e colônias de imigração européia, seguindo as doutrinas do cooperativismo, e comercializa roteiros turísticos inseridos no contexto cooperativo com atrativos turísticos baseados nas etnias dos imigrantes do Paraná. Sendo a ligação etnia e cooperativismo dos imigrantes forte, pois as colônias de imigrantes formaram-se junto com a criação das cooperativas coloniais a partir da década de 1920.

1.2 - Cooperativa Paranaense de Turismo - COOPTUR

A Cooperativa Paranaense de Turismo (Cooptur) foi criada pela necessidade de treinamento das pessoas envolvidas com cooperativas de vários setores do estado do Paraná. O treinamento teria como objetivo disseminar o tema cooperativismo entre esses envolvidos com as cooperativas, sendo eles cooperados, funcionários, familiares, etc. Portanto, o objetivo inicial da criação da Cooptur foi atender à demanda das cooperativas do estado, iniciativa esta vinda da Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar), juntamente com o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop), que atua nas áreas de formação profissional, promoção social e Monitoramento e Desenvolvimento de Cooperativas (OCB, 2008).

A área de atuação do Sescop na Cooperativa de Turismo é a Promoção Social, que têm como objetivo a disseminação dos princípios do cooperativismo. O Sescop/PR apóia as cooperativas de vários setores por meio de subsídio financeiro cedido para as mesmas conhecerem os roteiros comercializados pela Cooperativa de Turismo. Esses roteiros evidenciam a cultura dos imigrantes de algumas cidades e colônias do Paraná e, através de palestras e visitas, o funcionamento das cooperativas coloniais. Essa iniciativa cabe a um dos princípios do cooperativismo, que é a educação, formação e informação. Para Perius, V. (1983, p. 73) “a história do cooperativismo ensina que uma perfeita e racional administração de cooperativas se atinge pelo caminho da educação e formação”. A OCB e o Sescop, por intermédio da Cooptur, pretendiam oferecer essa educação cooperativista aos envolvidos com a cooperativa (associados, funcionários, familiares, etc).

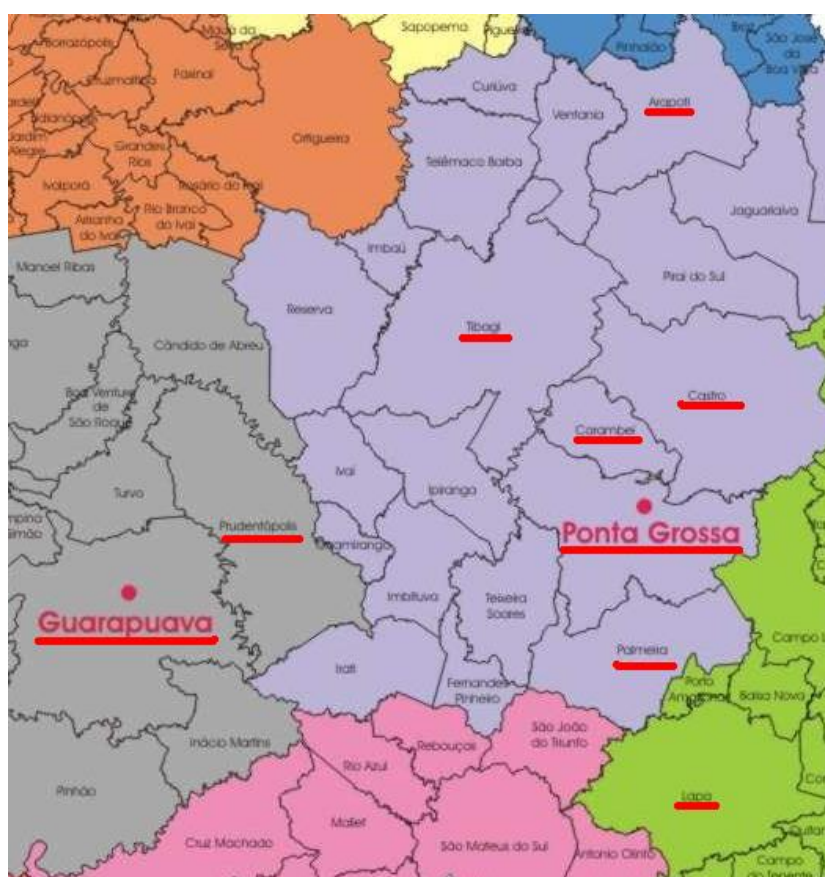
A OCB, em convênio com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), criou o Projeto “Turismo Rural Cooperativo”, apoiados pelo Sescop e pela Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar) em 2002, inicialmente abrangendo seis municípios todos com forte influência em seu desenvolvimento através da implantação de cooperativas de colonização européia, que mantinham suas culturas, tradições e costumes e possuidoras de atrativos turísticos em potencial (arquitetura, museus, gastronomia, artesanato local típico, e outros), sendo elas a Cooperativa Agrária na colônia Entre Rios (Guarapuava), a Cooperativa Batavo na cidade de Carambeí, a Cooperativa Camp na cidade de Prudentópolis, Capal na cidade de Arapotí, a Cooperativa Castrolanda na colônia de mesmo nome (Castro) e a Cooperativa Witmarsum na colônia de mesmo nome (Palmeira) (COOPTUR, 2006).

Este projeto foi elaborado com objetivo de buscar e preservar as características históricas e culturais das colônias onde há forte predominância de pelo menos uma etnia, orientando esses destinos para o desenvolvimento de uma nova situação turística no Estado do Paraná, complementando outras iniciativas regionais já existentes (MIELKE, 2010, p.105).

Após a escolha das localidades foram identificados e reunidos os empreendedores locais dispostos a apoiar o projeto, eles receberam o treinamento para iniciar o trabalho e formaram seis associações de turismo. A Cooptur foi criada em dezembro de 2004 e, em fevereiro de 2005, tiveram início as atividades da cooperativa. A Cooperativa Paranaense de Turismo está localizada na cidade de

Ponta Grossa, porém, trabalha com maior freqüência nas cidades vizinhas, citadas anteriormente. Além dessas também trabalha com a cidade de Tibagi, Lapa e Ponta Grossa que, apesar de não serem de colonização européia, são de importância turística para os visitantes.

A Cooptur é uma cooperativa pioneira no Brasil, que criou seu próprio modelo e estrutura para atender às necessidades de seus cooperados e do mercado turístico. Como donos e usuários da Cooptur, seus cooperados devem promover o crescimento e desenvolvimento da cooperativa para buscar a excelência na qualidade de seus produtos e serviços e assim ter maior competitividade (Vice-presidente Cooptur – 2008 – 2012).



MAPA 1.1 – Cidades de atuação da Cooptur
 FONTE: GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ
 MODIFICAÇÃO: A autora

A Cooptur trabalha no Sistema Cooperativo, com todas as normas que regem o sistema, inclusive a intercooperação. Seus primeiros cooperados foram as próprias cooperativas das colônias que apoiaram o projeto, o que levou os empreendedores a confiar no trabalho da cooperativa. Outra intercooperação vivenciada na Cooptur é a associação ao banco Sicredi, cooperativa de crédito.

As colônias já sabiam como trabalhar no sistema cooperativista, porém, nunca haviam trabalhado o turismo nesse formato. A Cooperativa de Turismo entrou para clarear essa idéia. No início muitos não acreditavam no “Turismo Cooperativo”, pois estavam acostumados com o cooperativismo agropecuário, implantado pelos seus antecedentes no Paraná, que se destaca há muitos anos. Como não havia um exemplo de organização envolvendo diversos setores do turismo (hotelaria, artesanato, restaurantes, grupos folclóricos, dentre outros) como a Cooptur, baseado no cooperativismo que teve sucesso, a Cooptur começou seu trabalho do zero, contando com o apoio das comunidades.

A doutrina cooperativista possibilita obter o máximo de eficiência em cooperação para atingir resultados econômicos em muitas atividades econômicas, como o turismo. Para isso é fundamental que os empreendedores cooperados se unam e conheçam bem a doutrina sócio-econômico-cultural do cooperativismo para saberem usá-la de forma adequada na atividade turística (Vice-presidente Cooptur – 2008 – 2012).

A principal clientela desde a criação da Cooptur foram pessoas envolvidas com outras cooperativas do estado, que traçam rotas nas colônias denominadas de Imersão em Cooperativismo. O trabalho da Cooptur é mostrar como funciona o Sistema Cooperativista nas colônias de imigrantes (por meio de visitas e palestras), proporcionando também o conhecimento da cultura, com todos os seus significados e produtos. Mielke (2010. p.109) afirma que “as etnias existentes no estado mostraram como o trabalho em conjunto e a visão de inovação para novos negócios pode resultar em comunidades fortes e culturalmente preservadas”.

A médio e longo prazo os primeiros resultados começaram a surgir, mostrando que a união faz a diferença. Isso revelou para as sociedades locais de cada cidade o poder de transformação que o cooperativismo consegue através dos esforços em conjunto, parcerias, busca da excelência na qualidade, melhorias e aperfeiçoamento contínuo. Os cooperados e terceiros envolvidos perceberam que trabalhando juntos podiam conseguir muito mais do que trabalhando isoladamente (Vice-presidente – 2008 – 2012).

E foi testando que se aprendeu a trabalhar o turismo em união com o cooperativismo nas regiões de colônias do Paraná. Foi por meio de cursos organizados pela Cooptur em parceria com o Sescop, voltados aos empreendedores envolvidos no projeto, como atendimento ao cliente, condução turística, gestão empresarial, dentre outros, que se obteve a qualificação para o

atendimento dos clientes. Quanto á cooperação não foi preciso muita modificação, pois eles já sabiam como funcionava o modelo, só precisavam associar ao turismo, e foi o que fizeram.

A Ocepar considera a visitação às cooperativas das colônias como educativa para os envolvidos com as cooperativas (não coloniais) do estado, afinal a formação das cooperativas de imigrantes se deu de forma diferente, pois a situação de mudança para um país estranho os manteve unidos desde o início e essa união ainda é perceptível, tanto entre a população imigratória quanto no trabalho dentro das cooperativas, principalmente no sentido de união para resolver questões que influenciam a comunidade. Nesse sentido é que o cooperativismo se mantém mais vivo nas colônias, motivo principal do interesse de outras cooperativas não coloniais visitarem as colônias/cooperativas.

A Cooptur abraçou um campo de turismo no Paraná praticamente inexplorado, uma vantagem para iniciar o seu trabalho, pois para Mielke (2010, p.105) “o Paraná é considerado o mais cosmopolita dos estados do Brasil, aqui estão arraigadas vinte e oito etnias diferentes, que trouxeram sua cultura, seus costumes e suas tradições”.

A Cooptur iniciou seu trabalho em seis cidades, com três diferentes etnias. A imigração holandesa das cidades de Carambeí, de Arapoti e da colônia Castrolanda (Castro-PR), a imigração Ucraniana da cidade de Prudentópolis e a alemã das colônias de Entre Rios (Guarapuava-PR) e de Witmarsum (Palmeira-PR). Assim iniciou-se o turismo étnico, com roteiros turísticos inéditos no estado: o Roteiro dos Imigrantes, como era denominado inicialmente, agora nominados de Rota Holandesa (Carambeí, Castrolanda e Arapoti), e Rota Eslavo-Germânica (Witmarsum, Prudentópolis e Entre Rios). Quando a parte turística se une ao cooperativismo (visita às cooperativas e palestras), a rota é denominada de Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa e Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica.

O Roteiro dos Imigrantes está completamente inserido no contexto cooperativo, seus integrantes – elementos naturais, equipamentos, tecnologia e equipamento turísticos – que outrora eram desfragmentados tem a possibilidade de organização para criação de novas ofertas do turismo no Paraná; ao mesmo tempo, os empreendimentos já existentes podem visualizar uma nova opção de expandir seus negócios, já que a força e união dos envolvidos, de acordo com o princípio ideológico do cooperativismo, trará resultados similares a todos (MIELKE, 2010, p.110).

Além das rotas de imersão culturais, existe também uma imersão em cooperativismo, denominada Treinamento Vivencial em Cooperativismo. Esse roteiro tem a duração de um dia, e traz a vivência do cooperativismo em área natural. O treinamento acontece na Reserva Particular de Patrimônio Natural Ninho do Corvo (RPPN – Ninho do Corvo), localizado na cidade de Prudentópolis. O que diferencia essa Imersão das rotas culturais é a sua realização em áreas naturais, e o cooperativismo é repassado aos participantes de forma dinâmica, por meio de diversas atividades vivenciais e de aventura, já nas rotas de Imersão culturais a experiência cooperativista é realizada por meio de palestras e visitas às cooperativas.

1.3 – Turismo, cultura e etnicidade

No Brasil o turismo como fenômeno social começou após o ano de 1920, sendo considerado marco a criação da Sociedade Brasileira de Turismo, em 1923. O turismo, inicialmente, surgiu vinculado ao lazer e não como cunho de aventura ou educativo, como foi na Europa. A partir de 1950, iniciou-se o turismo de massas com grandes contingentes viajando. Apesar disso os especialistas acreditam que somente 30% da população viajava nesse período (BARRETO, 1995, p.60).

Oliveira (2001, p.104-108) divide o turismo do Brasil em quatro gerações:

- Primeira Geração: Revolução Industrial, onde as férias remuneradas não estavam instituídas. O turismo era elitizado. Foi o tempo em que o turismo passou por diversas crises (1ª Guerra Mundial, de 1914 a 1918; quebra da bolsa de Nova York, em 1929; Guerra Civil Espanhola, de 1936 a 1939 e a 2ª Guerra Mundial, com término em 1945). Depois das crises, o setor do turismo estrutura-se com o crescimento do transporte aéreo, o crédito facilitado que ajudava na aquisição de passagens aéreas. Surgem as operadoras de turismo e as agências de viagem.
- Segunda Geração: Surge o turismo de massa, o chamado “Turismo de Ver”. É o sobe desce de ônibus visitando igrejas e museus. Além do ver, o turista quer também mostrar que viu. “A pessoa que viaja em grupo não tem determinadas preocupações. Nos pacotes, os serviços estão contratados, o roteiro a ser seguido está determinado, e guias políglotas acompanham os viajantes pelos mais diversos

países. Tudo está pensado e programado, até as paradas em pontos estratégicos para a compra de artesanato ou para fotografar monumentos ícones dos países visitados” (OLIVEIRA, 2001, p.105).

- Terceira Geração: O turismo de “Conviver”. Procura pela convivência com outras pessoas por um segmento elitizado. Surge o chamado Turismo Alternativo (naturalismo, turismo ecológico e o turismo de aventura). A terceira geração do turismo destaca-se nos anos 80.

- Quarta Geração: Anos 90. “Turismo construído”, o chamado Turismo de Consumir. A construção do imaginário, do sonhado. É a construção para o consumo. A quarta geração exige segurança, espaço e tecnologia. O agente de viagens torna-se consultor turístico. Surgem os não-lugares¹.

As quatro gerações do turismo são motivadas por algo, ou seja, a questão motivação para viajar sempre esteve presente desde o surgimento do termo turismo. As motivações são diversas: descanso, lazer, cura, desportivo, gastronômico, religioso, profissional (ou de eventos) (BARRETO, 1995, p.20). E assim pode haver milhares de motivações para fazer turismo.

Com tantas evoluções, opções e coisas diferentes que o turismo oferece, é lícito refletirmos sobre as motivações que levam as pessoas a viajar. Sabemos que historicamente, o homem das cavernas era motivado pela busca da alimentação. Os gregos e romanos já buscavam o lazer e no final do século XVIII e no século XIX surgiu a motivação para estudar em países distantes. Não podemos deixar de salientar as motivações religiosas e a busca da saúde, que sempre foram constantes. Mais recentemente, já a partir da Revolução Industrial, é que aparece a busca pelo descanso, a fuga do dia-a-dia (OLIVEIRA, 2001, p.110).

No Brasil, como dito anteriormente, a principal motivação e primeira de se fazer turismo foi o lazer. E se considerar as férias (período de não trabalho) como período de descanso, por exemplo, pode-se destacar o lazer como motivação também. Porém, o lazer passou a não ser mais o único e principal motivo para fazer turismo. Aliás, não é mais motivo o suficiente (para muitos) do deslocamento até determinado local.

¹ Não lugares são todos os locais que o turismo transforma em artificial, em que se cria um Mundo fictício de lazer ilusório, onde o espaço se transforma em cenário, por meio de atividades que conduzem à passividade, onde o real é metamorfoseado, transfigurado para seduzir e fascinar. Para mais informações a respeito do assunto consultar AUGÉ, Marc em Não lugares – Introdução a uma antropologia da supermodernidade, Campinas, SP, Papirus, 1994.

Encaro essa atividade [turismo] não apenas como lazer, mas como privilegiado de colocar em contato com diferentes pessoas com diferentes culturas, permitindo que sejam apresentadas as singularidades nacionais, não só pelo seu consumo, mas pela circulação de pessoas que realizam trocas e intercâmbios de experiências, permitindo que ocorra a “reciprocidade”, entre diferentes nações (LÓPES, 2001, p.66).

Esse encontro entre as diferentes nações, e a vontade de conhecê-las foi a motivação que surgiu na terceira geração do turismo. O turismo de Conviver trouxe a possibilidade de estar com outras culturas, de proporcionar a si mesmo algo diferente daquilo que se conhece, de conhecer os traços, objetos, um cotidiano diferente do seu. É algo que o turista vai contar ao outro quando retornar ao seu cotidiano, que fica gravado em sua mente, justamente por ser diferente de tudo o que vive no seu dia-a-dia.

O turista, sensibilizado pelas manifestações de diferentes modos de vida estampadas nos locais visitados, quer seja pelo desenho urbano, quer pelos contornos da área, ou ainda pelas práticas da cultura existencial observada, o visitante atento registra no instante do seu olhar essas imagens, cola-as nos seus sentidos, estocando-as por algum tempo no seu arquivo de conhecimentos novos (MOESCH, 2001, p.99).

Seja a degustação de pratos da culinária típica regional, do contato com peças artesanais guardiãs de técnicas seculares, de músicas, canções, danças e lendas sustentadas pela identidade cultural de povos que têm origens em terras muito estranhas e distantes, somam um conjunto de imagens destinadas a inquietar o visitante (MOESCH, 2001, p.100).

A busca por diferentes culturas, seus objetos, tradições, modos de vida é um segmento de turismo denominado Turismo Cultural, sendo um dos tipos de turismo mais importantes que contribui para o enriquecimento do conhecimento humano quanto à herança histórica da humanidade e ao modo de vida de outros povos. O foco desse tipo de turismo ou a motivação do turista são lugares com características culturais (materiais ou imateriais). Gastal, S. (2002, p. 128), vê a cultura como sendo “um processo de síntese de saberes de uma determinada comunidade que, num determinado momento, gera produtos específicos, com uma profunda carga simbólica”.

O turismo cultural no sentido mais amplo seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem

como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem (BARRETO, 1995, p.21).

Barreto (2000, p.40) chama esse tipo de turismo de "turismo com base no legado cultural", que é "aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural". Dentre esse legado estão o patrimônio arquitetônico e outras peças pertencentes ao cotidiano das populações que se encontram nos museus, chamados de atrativos culturais concretos. Além desse patrimônio material há também as manifestações da cultura imaterial, sendo os atrativos culturais abstratos, entre as quais podem se citadas as danças, a culinária, o vestuário, a música, a literatura popular, dentre outros (BARRETO, 2000, p.40).

Assim sendo, nos atrativos culturais concretos consideram-se os elementos que servem de referencial visível e concreto, possuindo um caráter de impacto imediato, pois estão definidos em sua forma. São os monumentos, lugares culturais (galerias de arte, museus, teatros), edificações e outros. Os atrativos abstratos se manifestam nas tradições vivas, como os idiomas, dialetos, sotaques, expressões, mentalidade, hospitalidade, modo de vida (usos e costumes), religiosidade, música, atitudes (cortesia, cordialidade), maneiras de agir e vestir, danças, arte dramática etc.

O turismo cultural pode ser subdividido em outros sub-segmentos, sendo um deles o turismo étnico. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003) entende que Turismo étnico seria aquele voltado a "tradições e estilo de vida de um grupo e utilizado principalmente para destacar o turismo nas comunidades ou enclaves específicos, em processo de desenvolvimento" (2003, p.168). O turismo étnico pode ser entendido como uma segmentação do turismo cultural com definição que relaciona as idéias de etnicidade como motivadora da visita (CARDOZO, 2006, p.145).

Etnicidades são fenômenos sociais que refletem as tendências positivas de identificação e inclusão de certos indivíduos em um grupo étnico. A distintividade dessa identidade, para caracterizar um grupo étnico, deve-se remeter a noções de origem, história, cultura e, até raças comuns (GRUNEWALD, 2004, p. 4).

Hoje é importante reconhecer o significado das diferenças culturais e dos valores étnicos, das tradições, das crenças religiosas e costumes. Cresce o interesse de turistas que desejam ter contato com a cultura autêntica (BAHL, 2004,

p.13). O turismo étnico se encontra na cultura de outras etnias, por intermédio de seus objetos materiais e imateriais, sendo a reconstrução do passado, onde o próprio nativo está ali para ser visto pelos turistas.

O foco está num tipo de etnicidade para turismo no qual as culturas exóticas figuram como atrações chave: onde os turistas vão ver costumes no uso diário, loja para artefatos em bazares autênticos, ficar alerta para forma de nariz, lábios, seios e assim por diante, aprender algumas normas locais para comportamento, e talvez aprender algo na linguagem (GRUNEWALD, 2004, p. 5).

Existe esta necessidade da preservação dos objetos, símbolos, costumes para que haja o turismo étnico. Esse seria o motivo do deslocamento do turista: ter algo para ver e, nesse momento, é que a comunidade deve colocar sua imaginação em ação, para melhor formatar seu produto, seja ele material ou imaterial, para a satisfação do turista.

De todas as maneiras para sobreviver, a cultura étnica deve construir produtos culturais étnicos com significados para sua comunidade, que podem ser variados: obras arquitetônicas; festividades; idiomas e/ou expressões; trajes típicos; grupos artísticos de música e dança; gastronomia; tradições orais; religiosidade; literatura, etc. (CARDOZO, 2006, p.144).

Esses produtos étnicos devem ser reconhecidos pela sua comunidade como seu. Para que ocorra o turismo étnico é necessário, inicialmente, que a comunidade reconheça aquela tradição como sua, reconheça a sua identidade que implica o sentimento de pertencer a uma comunidade imaginada, cujos membros não se conhecem, mas partilham importantes referências comuns: uma mesma história, uma mesma tradição (BARRETO, 2000, p.46). Nesse sentido é manter uma tradição que se diferencia de qualquer outra, e reconhecê-la, sem correr o perigo de se perder no tempo.

Manter algum tipo de identidade – étnica, local ou regional – parece ser essencial para que as pessoas se sintam seguras, unidas por laços contemporâneos a seus antepassados, a um local, a 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 (BARRETO, 2000, p.46).

A etnicidade, a cultura preservada pelos laços, pode ser percebida em algumas colônias de imigrantes do Paraná que, diante de dificuldades passadas

durante a imigração para o Brasil, fez com que eles preservassem as suas tradições como forma de ficarem mais próximos do seu país de origem. Contavam uns com os outros e com a cooperativa fundada por eles mesmos para sobreviver, fazendo com que conservassem, por meio desses laços, sua cultura material e imaterial, como a gastronomia, religião, artesanatos, ritos, festas folclóricas, danças típicas, objetos, idioma, modos de vida, etc., que foram passando de geração em geração. Esses imigrantes estão distribuídos em colônias e cidades do Paraná com predominância de um grupo étnico conservando esses símbolos no seu dia-a-dia.

A Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) percebeu nesses imigrantes a oportunidade de comercializar roteiros turísticos com base nestes símbolos e ainda utilizando as suas cooperativas de produção, que tinham destaque na questão de terem sido fundadas pelos imigrantes, e no surgimento do cooperativismo no Paraná a partir da fundação destas colônias, unindo turismo e cooperativismo, objetivo inicial da fundação da Cooptur. Inicialmente foi denominado Roteiro dos Imigrantes e atualmente essa união cooperativismo e turismo se dão por meio da:

- Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa, que inclui a cidade de Carambeí e a Colônia Castrolanda da cidade de Castro (PR);
- Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica, que inclui a Colônia Witmarsum na cidade de Palmeira (PR), a cidade de Prudentópolis (PR) e a Colônia Entre Rios do município de Guarapuava (PR).

Os roteiros evidenciam cultura dos imigrantes por meio dos seus objetos materiais e símbolos imateriais, como também mostram o funcionamento, por meio de visitas e palestras, das cooperativas das regiões.

No ano de 2009 foi lançado o “Treinamento Vivencial em Cooperativismo”, com o mesmo objetivo das Imersões em Cooperativismo, mas é realizada em área natural e de forma dinâmica por meio de atividades em equipamentos de aventura e jogos interativos voltados ao tema cooperativismo. Atualmente é realizado na Reserva de Patrimônio Natural Ninho do Corvo (RPPN – Ninho do Corvo), localizada na cidade de Prudentópolis (PR).

CAPÍTULO 2

REGIÕES DE IMIGRAÇÃO NO PARANÁ DE ATUAÇÃO DA COOPERATIVA PARANANENSE DE TURISMO COM POTENCIAL TURÍSTICO POR MEIO DO TURISMO ÉTNICO

A verdadeira arte de viajar...

A gente sempre deve sair à rua como quem foge de casa, Como se estivessem abertos diante de nós todos os caminhos do Mundo.

Não importa que os compromissos, as obrigações, estejam ali... Chegamos de muito longe, de alma aberta e o coração cantando.

(Mário Quintana)

2.1– Colônias e cidades de imigrantes do Paraná com ações da COOPTUR

A Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR), na sua fundação em 2004, estudou as possibilidades de trabalhar o turismo em cidades que alcançassem a expectativa turística e cooperativista, modelo de trabalho da Cooptur. Assim, os envolvidos com o projeto procuraram identificar, inicialmente, regiões que possuísem cooperativas em destaque e que tivessem algo para oferecer aos turistas em termos de atrativos.

Por conta da parceria com a Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar) que possuía os dados de todas as cooperativas do estado, elas foram identificadas rapidamente, sendo assim o destaque foi para as cooperativas de imigrantes, distribuídas em cidades e outras em colônias ou distrito que, como já abordado no primeiro capítulo deste trabalho, foram os pioneiros na implantação de cooperativas de produção no Paraná.

Foram escolhidas seis localidades, sendo que cinco delas formaram-se ao mesmo tempo em que suas cooperativas ou praticamente na mesma data, isso se observa pelo histórico das mesmas (formação colônias/cooperativas). Portanto, a ligação afetiva das cooperativas com a comunidade de imigrantes e seus descendentes é forte sendo que, desde o início da colonização, a cooperativa desenvolve projetos sociais e culturais voltados á comunidade e de preservação da cultura dos imigrantes. A exceção é a Cooperativa Agrícola Mista Prudentópolis Ltda (CAMP), que não foi fundada pelos imigrantes ucranianos (uma das etnias abordadas neste trabalho).

Na questão dos atrativos e produtos turísticos a dificuldade inicial foi identificá-los, pois não estavam visíveis e os que estavam se apresentavam dispersos uns dos outros. Depois do trabalho em conjunto com as comunidades, a Cooptur identificou nas regiões das cooperativas que os imigrantes e descendentes preservavam os símbolos da sua cultura, sendo assim, os atrativos étnicos foram identificados por meio de obras arquitetônicas, festas, grupos folclóricos, artesanatos, gastronomia, etc., cabendo á Cooptur organizá-los no formato de roteiros turísticos.

As regiões escolhidas são as cidades de Prudentópolis com a etnia ucraniana e de Carambeí e Arapotí com a holandesa, as colônias de Castrolanda

município também pode ser considerado a “Capital do Mel”, por possuir um manancial na comercialização do produto (PREFEITURA MUNICIPAL DE PRUDENTÓPOLIS). Além dessas denominações a cidade ainda poderia ser chamada de “Terra dos Ucrânicos”, pois 75% da população é de origem ucraniana.

A primeira leva de imigrantes ucranianos no Brasil chegou em 1891, logo depois outra em 1895 chegando do porto do Rio de Janeiro e Paranaguá, provenientes da Ucrânia Ocidental que na época integrava o Império austro-húngaro. No Paraná os ucranianos chegaram entre 1895 e 1897, integrando um grupo de imigrantes eslavos¹, sendo mais de vinte mil imigrantes. Formaram suas principais colônias em Prudentópolis e Mallet, estando presentes também nos municípios de Ponta Grossa, Irati, União da Vitória, Roncador e Pato Branco. O Paraná abriga a grande maioria de imigrantes e descendentes ucranianos do Brasil, 350 mil dos 400 mil, sendo 90% do total de ucranianos no Brasil (ASSUMPÇÃO; GADINI, 2003, p.43).

No final do ano de 1894 o Governo Federal resolveu colonizar a região de São João do Capanema, hoje município de Prudentópolis (então pertencente ao município de Guarapuava, que até a segunda metade do século XIX era a maior unidade administrativa do Paraná), por conta da grande área ainda despovoada naquela época, cujas terras foram doadas pelo Governo do Estado para este fim.

A colônia recém fundada foi denominada de Prudentópolis, pelo Diretor da colônia Dr. Cândido Ferreira de Abreu, em homenagem ao então Presidente da República, Dr. Prudente José de Moraes Barros, fazendo desaparecer a antiga designação de São João do Capanema (HAURESKO, 2002, p.61).

No ano de 1895, Prudentópolis recebeu em torno de 250 famílias de imigrantes ucranianos, que vieram da Galícia, região Ocidental da Ucrânia. Aqui foram estabelecidos em comunidades relativamente homogêneas, às margens de estradas municipais que estavam sendo abertas, resultando em uma ocupação espacial em forma de linhas que permanece até hoje [2010]. Devido a esse padrão de organização espacial, as comunidades rurais recebem o nome de “Linha”, por exemplo: Linha esperança, Linha Paraná, Linha Paraná Faxinal, Linha Ivaí 2ª Seção, Linha Santos Andrade, etc. (HAURESKO, 2002, p.63).

Em 1896 foi registrada a imigração de 1500 famílias para Prudentópolis, sendo oito mil ucranianas, sendo que o processo de imigração ucraniana continuou

¹ De acordo com ASSUMPÇÃO, GADINI (2003, p.43) são considerados imigrantes eslavos os alemães, poloneses, italianos e ucranianos.

até meados da década de 1920, tornando-se o município brasileiro que mais recebeu imigrantes ucranianos.



FIGURA 2.1 – Prudentópolis no início da colonização dos eslavos - por volta do ano de 1900
Fonte: Museu do Milênio



FIGURA 2.2 – Portal do município de Prudentópolis
Fonte: A autora

No mês de agosto comemora-se o aniversário da emancipação política da cidade de Prudentópolis, o Koziá Festyvalh (Festa do Cabrito) comemora o aniversário da cidade fazendo homenagem às principais etnias que colonizaram a cidade entre elas a ucraniana, italiana, polonesa e alemã. Durante a festa é servida a carne do koziá, cabrito em ucraniano, e acontece a Noite Ucraniana, promovida pelo Grupo Folclórico Ucraniano-Brasileiro Vesselka¹. A noite é marcada por desfiles de trajes típicos de diversas regiões da Ucrânia, jantar com comida típica, apresentações típicas folclóricas diversas e apresentações do Grupo Vesselka (LUBACHEVSKI, 2004, p.26).

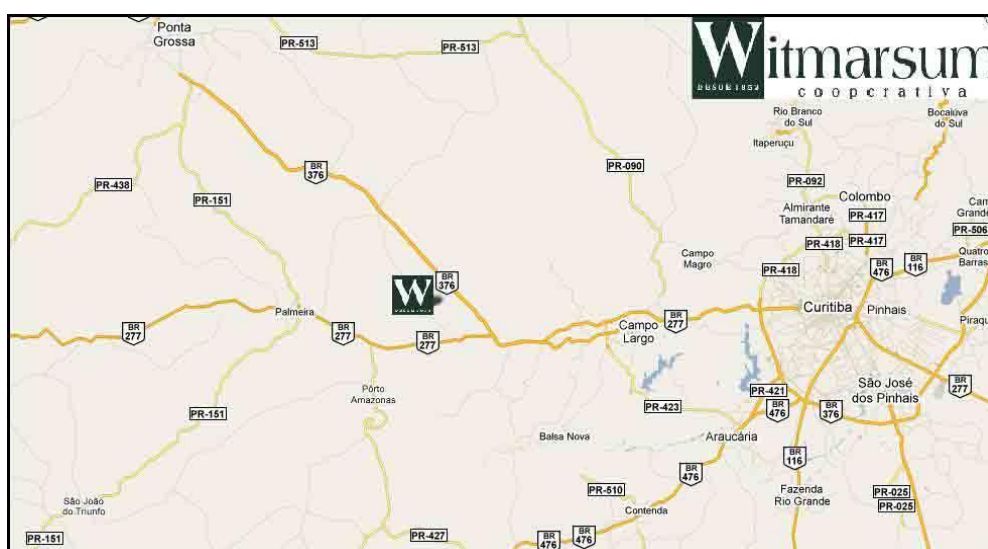
¹ O Grupo Ucraniano-Brasileiro Vesselka é um grupo folclórico local da cidade de Prudentópolis conhecido nacionalmente, formado por mais de 200 integrantes, descendentes de ucranianos, eles utilizam as vestimentas e danças para representar a cultura ucraniana.

As tradições do povo ucraniano manifestam-se muito fortes, principalmente em comemorações como a Páscoa quando são confeccionadas as pêsankas¹, além do estilo arquitetônico típico das igrejas da cidade (com torres de abóbadas) como a Igreja São Josafat.

A Cooperativa Agrícola Mista Prudentópolis (CAMP) surgiu 82 anos depois da chegada dos imigrantes ucranianos em Prudentópolis, sendo que não foi fundada por eles. A CAMP vigorou de 1960 a 1970 na cidade com o nome de Cooperativa dos Produtores de Erva Mate, sob a coordenação da Central das Cooperativas de Mate no Paraná (RURALSUL) com sede em Curitiba, somente em 1977 reapareceu como Cooperativa Agrária Mista Prudentópolis Ltda (CAMP).

Os alemães menonitas da colônia de Witmarsum – Palmeira – Paraná

A colônia Witmarsum está localizada no segundo planalto paranaense, à margem esquerda da Rodovia do Café (BR376) e à margem direita da BR277, entre os Kms 50 e 60 sentido Curitiba/Ponta Grossa. Integra o município de Palmeira, uma cidade do sul do Brasil, no estado do Paraná, que originou-se no traçado do Caminho do Viamão – Sorocaba, sendo essa região utilizada como pouso de tropeiros e viajantes. Palmeira também é conhecida como “Cidade Clima do Brasil”.



MAPA 2.2 – Localização da Colônia Witmarsum
Fonte: COOPERATIVA WITMARSUM

¹ As pêsankas ou “pêssanky” são ovos coloridos pintados artesanalmente, são presenteados na páscoa pelos ucranianos. A tradição perdura á mais de dois mil anos e representa um talismã da sorte. De acordo com a crença religiosa, quem tem este ovo pintado em casa terá uma residência protegida e caso algum mal venha a tentar atingir esta família o ovo se partirá, ou seja, ele guardará o mal para si e protegerá a família, o ovo quebrado deverá ser jogado em água corrente.

A área da Colônia Witmarsum corresponde a 7.800 hectares que, no início da colonização dos alemães menonitas, foi dividida em 128 chácaras de 50 e 100 hectares. A base econômica da colônia reside, desde a sua fundação, na agropecuária desenvolvida, sobretudo, no setor da pecuária leiteira, comercializada para centros como Curitiba e Ponta Grossa (DUCK, 2005, p.13). Está distante 60 km da capital e da cidade de Ponta Grossa, possui atualmente 1.500 habitantes.

Antes da fundação da colônia de alemães na cidade de Palmeira, existia uma colônia também denominada Witmarsum, primeira colônia fundada por eles, no Vale do rio Krauel em Santa Catarina. Eles não se adaptaram com o clima do local nem com a terra, pois só existiam vales e não era adequado para a plantação, foi então que reimigraram, num movimento espontâneo, para a cidade de Palmeira, onde se encontra a atual Colônia Witmarsum (COOPERATIVA WITMARSUM).

Os alemães de Witmarsum pertencem ao grupo dos menonitas¹ alemães-russos que tem sua origem na Frísia, norte da Holanda e Alemanha, uma pequena cidade onde nasceu Menno Simons, líder espiritual dos anabatistas ou menonitas. Witmar é um nome frísio que quer dizer 'o famoso das florestas'. 'Sum' é um sufixo que significa pomar ou chácara, ou seja, Witmarsum seria a 'Chácara do Witmar'. 'A chácara do famoso das florestas' (SAHR; LOWEN SAHR, 2000, p. 64).

A principal concentração de menonitas foi o Paraná, onde primeiramente fundaram duas colônias em Curitiba, nos bairros do Boqueirão e da Vila Guairá. No ano de 1951 sessenta famílias compraram uma área denominada Fazenda Cancela atualmente a Colônia Witmarsum, localizada nos Campos Gerais do Paraná e fundaram a Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum Ltda., no dia 28 de outubro de 1952, sucessora da Sociedade Anônima que funcionava em Ibirama, no estado de Santa Catarina (DUCK, 2005, p.15).

No mesmo ano fundaram o Colégio Fritz Kliewer, que ensina o português e o alemão (Hochdeutsch) como língua materna para os filhos de famílias menonitas que já possuem um prévio conhecimento da língua alemã e para os alunos que não são de famílias menonitas o alemão é ensinado como língua estrangeira (MASKE, 1999, p.12).

¹ Menonitas: O nome vem de Menno Simons, originalmente um sacerdote da Igreja Católica. Seus seguidores foram chamados comumente "discípulos de Menno" e, mais tarde, simplesmente "Menonitas". São incluídos no grupo dos protestantes. São pacifistas, negam o serviço militar e qualquer serviço com armas.



FIGURA 2.3 - Colégio Fritz Kliewer
Fonte: A autora

A divisão da colônia Witmarsum se dá através de cinco aldeias, denominadas por números, dispostas em torno de um centro administrativo comercial e social, situado na sede da antiga Fazenda Cancela e o destaque da colônia de Witmarsum sempre foi o seu caráter fechado a pessoas de fora, isso se deve principalmente ao início da colonização para Witmarsum, quando contavam somente uns com os outros e com a cooperativa para se desenvolver. Somente em 1979 foram encontradas famílias não menonitas na colônia, sendo vinte e oito famílias e, em 1995 já contavam 800 pessoas não menonitas (KLASSEN, 1998, p.58). Esse caráter fechado se deu também por incentivo da própria cooperativa.

O motivo de se manterem uma comunidade fechada durante tanto tempo é que, na época da divisão das chácaras, ninguém podia vender ou comprar uma chacara sem a aprovação da cooperativa da colônia. Esse impacto impediu por muito tempo a imigração de pessoas não-mennonitas para a colônia (ANTONELLI, 2009, p.12).

Os três pilares que mantiveram e ainda mantêm a existência da colônia são: a igreja, a cooperativa e a escola. Principalmente a ligação afetiva com a cooperativa ainda é forte, isso porque a Cooperativa financia diversos empreendimentos da colônia, como a escola, hospital, museu, que são administrados pela Associação de Moradores, projetos sociais e culturais visando o bem estar da comunidade e a preservação da cultura menonita.



FIGURA 2.4 – Panorâmica da Cooperativa Witmarsum
Fonte: COOPERATIVA WITMARSUM

Exemplo de projetos criados pela cooperativa para a comunidade foi a fundação, em 1988, da Associação Comunitária os Moradores Proprietários de Witmarsum, com o interesse cultural e social da comunidade. Os membros da cooperativa destinam 1% da sua produção mensal para o caixa da associação. Com este fundo são mantidos o ensino de pré-escola e o ensino fundamental e médio, o museu histórico, o atendimento médico-ambulatorial, hospitalar, farmacêutico e odontológico, a escola de música, atividades esportivas e outras modalidades de desenvolvimento cultural da comunidade. A cooperativa também é responsável pela fabricação de queijos finos, comercializado nas cidades vizinhas.



FIGURA 2.5 – Visão Geral da Colônia Witmarsum
Fonte: A autora

A infra estrutura da colônia Witmarsum é atualmente composta por um colégio, um museu, uma igreja menonita, uma igreja evangélica irmãos menonitas¹, uma escola de música, um hotel, duas pousadas, café coloniais, um restaurante, um centro cultural social recreativo, um parque de exposição da cooperativa, um hospital, farmácias, um posto policial, duas agências bancárias, uma agência de correio, um supermercado da cooperativa, vários mercados, uma padaria, um açougue, um posto de abastecimento de combustível, uma borracharia, várias oficinas, lojas comerciais, um posto para informações turísticas e um cemitério.

A colônia possui como atrativos turísticos um coral, grupo de teatro, Grupo Sênior², museu histórico (está instalado na primeira casa construída na colônia) e como produtos os queijos finos, tortas típicas, almoço típico e as construções das casas que evidenciam sua arquitetura e ainda suas tradições nos usos e costumes.

Os alemães Suábios do Danúbio da Colônia Entre Rios – Guarapuava – Paraná

Os Suábios do Danúbio, como são chamados os alemães que emigraram para o interior do município de Guarapuava, no estado do Paraná, são originários da região da Suábia na Alemanha, e por conta da migração desse povo do século XVIII para as margens do rio Danúbio, passam a ser denominados Suábios do Danúbio³ (TEIXEIRA, 2010, p.02).

Em consequência da Primeira Guerra Mundial, esses povos foram forçados a emigrar para outras regiões devido pressões políticas e guerras. Então o governo austríaco acolheu os refugiados de guerra, dando início aos trabalhos para buscar uma nova pátria que os recebesse, assim, por interesses do governo brasileiro e da organização filantrópica “Ajuda Suíça a Europa”, o Engenheiro Michael Moor liderou o processo de reunir 500 famílias que estavam localizadas na Áustria para colonizar os campos de Guarapuava no estado do Paraná (STEIN, 2008, p.45).

Já tendo trabalhado com colônias de imigrantes, a exemplo da colônia de alemães Witmarsum, o governador encarregou o Secretário de Agricultura Lacerda Werneck de iniciar negociações com a “Ajuda Suíça a Europa” (STEIN, 2008, p.9). A

¹ Na Rússia surgiu dentro da Igreja Menonita uma cisma contrariando os dogmas da Igreja, que deu origem à Igreja dos Irmãos Menonitas (DUCK, 2005, p.17).

² Grupo de canto, com quatro integrantes mulheres, que cantam músicas alemãs em forma de coral.

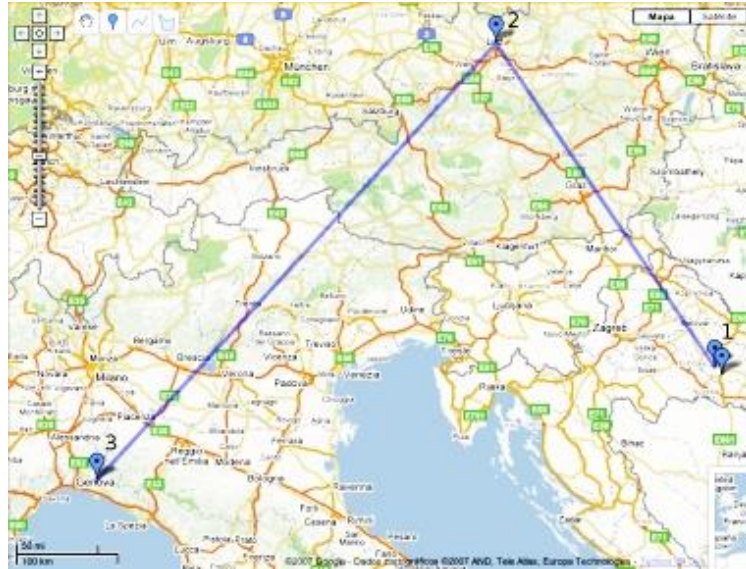
³ É importante saber que a denominação “suábio” se refere diretamente aos germânicos que habitavam a “Suábia”, uma região que atualmente está inserida no estado alemão de Baden-Württemberg (sudoeste da Alemanha). Já a denominação “Suábio do Danúbio” abrange todos os povos germânicos (não só os originários da Suábia) – SETOR DE COMUNICAÇÃO DA COOPERATIVA AGRÁRIA.

área de Guarapuava foi aceita, principalmente por suas características¹ muito semelhantes às europeias, pela proximidade com a linha férrea, dentre outros fatores. Assim no dia seis de junho de 1951 chegou a Guarapuava o primeiro grupo de suábios, compostos por agricultores, artesãos, operários, motoristas, bem como pelos membros dirigentes da colônia e da “Ajuda Suíça a Europa”, contando 222 pessoas (TEIXEIRA, 2010, p.05).

A Instituição filantrópica “Ajuda Suíça a Europa” tinha como objetivo, com a imigração dos Suábios do Danúbio, a criação de uma cooperativa agrícola no Brasil como um caminho para um novo futuro, e essa iniciativa levaria à fundação da Cooperativa Agrária e à colonização dos campos de Entre Rios, distrito rural do município de Guarapuava (COOPERATIVA AGRÁRIA).

A organização espacial da colônia de imigrantes realizou-se conforme o objetivo do projeto, que era criar uma colônia de trabalho solidário e cooperado. Sendo assim, em forma de ferradura ao lado da rodovia PR-170, foram formadas cinco colônias menores que, de acordo com Stein (2008, p.13) receberam os nomes das cinco fazendas que existiam na localidade e foram desapropriadas para fim de colonização: Samambaia, Jordãozinho, Vitória, Cachoeira e Socorro. As colônias localizam-se a menos de 10 km umas das outras, estão no Distrito de Entre Rios (pertencente ao município de Guarapuava) que recebe este nome porque está localizado no meio de dois rios: o Jordão e o Pinhão. A Colônia Vitória fica no centro do Distrito e abriga a sede da Cooperativa Agrária.

¹ Guarapuava possui uma altitude de aproximadamente 1.100 metros, clima sub-tropical úmido e sem estação seca, em que seu regime de chuvas é de 1.978 mm por ano, sua temperatura em média de 16.9°C propicia clima ameno, porém no inverno podem ocorrer temperaturas abaixo de 0°C, com freqüentes geadas (KRUGER, 2007 apud STEIN, 2008, p. 51).



MAPA 2.3 – Disposição das colônias no Distrito Entre Rios
Fonte: COOPERATIVA MISTA AGRÁRIA LTDA

Todas as construções das colônias eram feitas de forma comunitária, sendo que tanto o trabalho comunitário como toda a produção agrícola era organizada pela Cooperativa Agrária. Esse caráter solidário da Colônia Entre Rios fortaleceu os laços dos Suábios que haviam emigrado.

Essas características de trabalho solidário fortaleceram as esperanças dos camponeses suábios e foram evidentes na época da colonização em Entre Rios, isso porque o trabalho era fundamentalmente realizado e organizado pela comunidade. Contam relatos que, não era necessário solicitar ajuda a alguém para a construção de uma casa ou galpão, os camponeses espontaneamente iam de encontro com os trabalhos que precisavam ser feitos em todos os terrenos vizinhos de seus companheiros (TEIXEIRA, 2010, p.17).



FIGURA 2.6 – Ajuda comunitária na construção das primeiras casas na Colônia Entre Rios
Fonte: Arquivo Museu Agrária

A Cooperativa Agrária foi fundada no Brasil em seis de maio de 1951, um mês antes dos Suábios do Danúbio chegarem em Entre Rios, sendo o primeiro presidente da cooperativa o Engenheiro Agrônomo Michael Moor, responsável também pela imigração dos Suábios de Entre Rios. A Agrária fornecia maquinário, insumos e demais instrumentos necessários, tanto para o trabalho no campo, como também subsidiava a construção das casas, escola, hospital, e outros itens de infraestrutura (SNÓZ; HERSEN, 2007, p. 28).

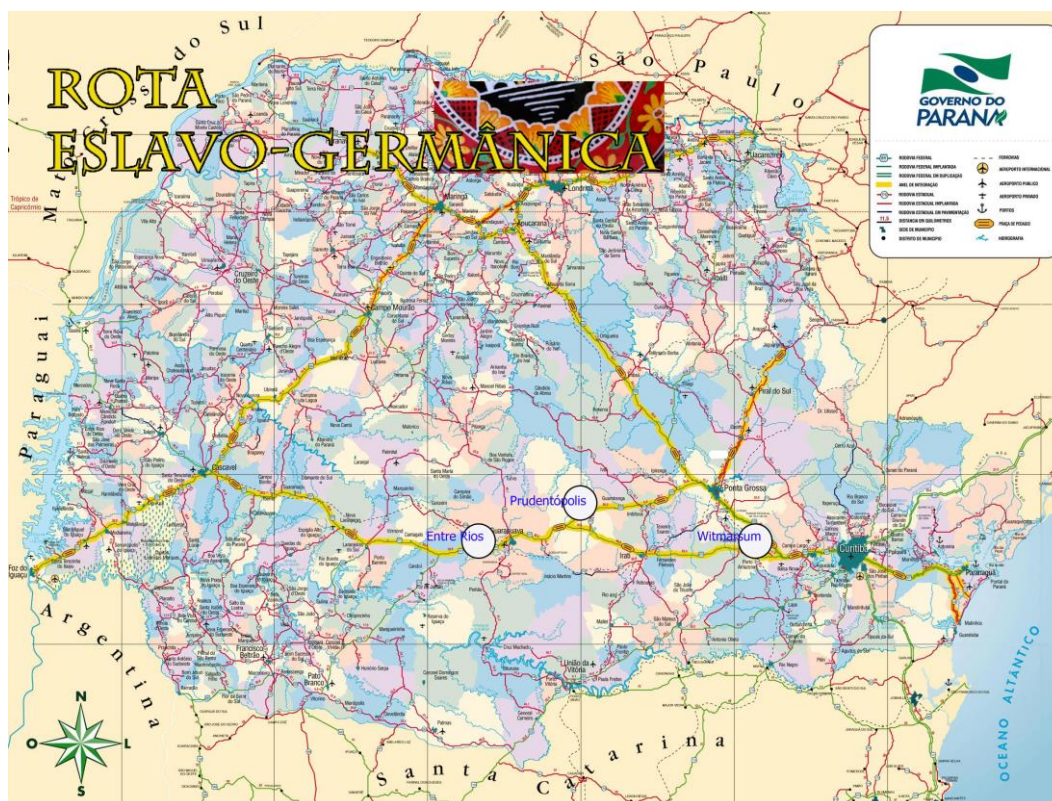
A Agrária está localizada no centro da colônia Vitória, conta com cerca de 500 cooperados e em torno de 1070 colaboradores, sua área é de 160 mil hectares, onde a cooperativa e seus cooperados produzem milho, soja, trigo, cevada cervejeira, aveia branca (grão), flores e suínos. A Agrária tem, desde a sua fundação, dois objetivos: a produção agroindustrial e a preservação da cultura dos Suábios do Danúbio (COOPERATIVA AGRÁRIA MISTA LTDA).

A cooperativa Agrária, como líder na organização do projeto de colonização dos Suábios do Danúbio nos campos de Guarapuava, procura manter as características culturais desse povo. São exemplos disso a construção, em 1992, do Centro Cultural Mathias Leh¹ na Colônia Vitória, a instalação do Sistema de Comunicação, a escola particular da comunidade alemã, o hospital, dentre outras. Em 2001 a Cooperativa Agrária criou a Fundação Cultural Suábio-Brasileira, uma entidade cultural com o objetivo de preservar a cultura dos Suábios do Danúbio. E, no mesmo ano, criou o Museu Histórico de Entre Rios para preservar a memória da colonização de Entre Rios.

Além disso, a Cooperativa Agrária uniu-se às cooperativas dos holandeses e dos menonitas nos Campos Gerais orientais sob a sigla de Cooperativa Central Coopersul, a fim de abastecer-se em conjunto com meios de produção, promover a comercialização dos produtos agrícolas e incentivar a ampliação da agroindústria e da cooperação agrotécnica (KOHLHEPP, p.25).

O Distrito Entre Rios, com a Cooperativa Agrária, a Colônia Witmarsum, com a Cooperativa de mesmo nome, e a cidade de Prudentópolis com a Cooperativa CAMP formam a chamada Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica, comercializada pela Cooperativa Paranaense de Turismo.

¹ Homenagem ao imigrante Suábio Sr. Mathias Leh, que presidiu a Cooperativa Agrária, e reverteu o processo de declínio da Colônia Entre Rios na década de 1960.



MAPA 2.4 – Rota Eslavo-Germânica
Fonte: COOPTUR

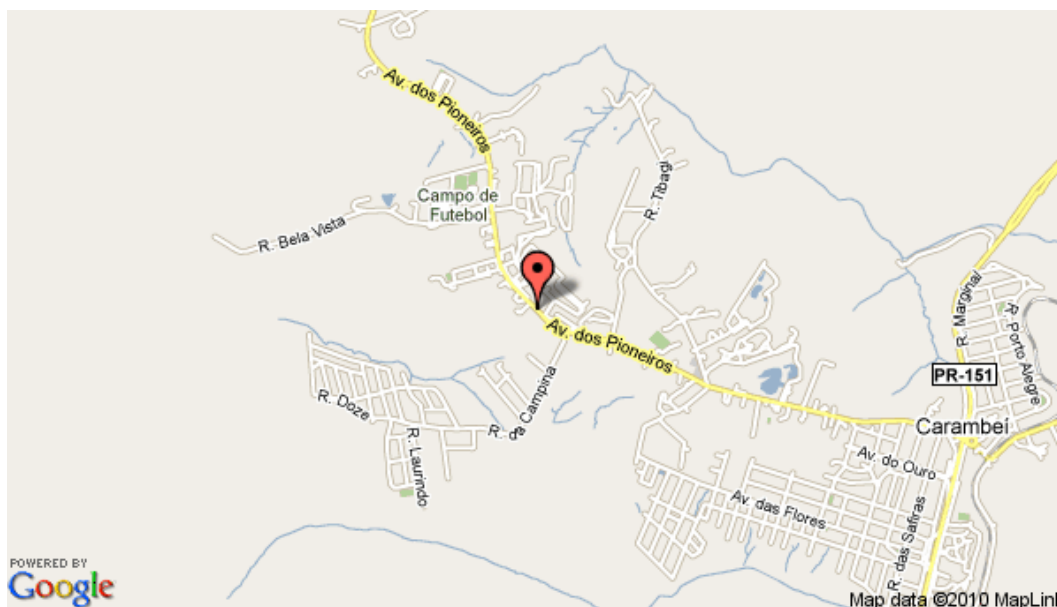
Os holandeses da Colônias Castrolanda (Castro-PR) e das cidades de Carambeí e Arapoti

A presença dos holandeses no Sul do Brasil teve início na última fase do processo de imigração para o Brasil a partir de 1920, organizaram-se por meio da cooperação social e depositavam seus valores na conta da cooperativa para uso conjunto de seus associados, fundaram a primeira cooperativa de produção do país, assim como foram os primeiros a se destacar no setor dos laticínios no Brasil.

A imigração em Castro ocorreu em dois momentos e lugares distintos: em 1911, em Carambeí (na época da imigração era distrito de Castro, hoje é município de Carambeí) e, em 1950, em Castrolanda (Distrito de Castro). Os primeiros holandeses chegaram à cidade de Carambeí que, na época ainda não era município (CORDEIRO, 2006, p.120).

Carambeí abrange uma área de 645,42 km quadrados, sendo que atualmente possui 17.000 habitantes, a produção econômica do município está estruturada nos setores de laticínios, um dos principais centros da bacia leiteira do Paraná, com destaque na produção de grãos dos Campos Gerais e também no abate de aves e suínos. A primeira atividade explorada foi a produção de leite, em

seguida, os imigrantes passaram a produzir queijos, de forma artesanal e na década de 50, os campos começaram a ser abertos para a agricultura, quando se formaram grandes lavouras de soja, milho e trigo.



MAPA 2.5 – Localização da Avenida dos Pioneiros - principal avenida de Carambeí.
Fonte: Google Maps

A origem do nome Carambeí vem da língua indígena dos Tupis Guaranis, significando “rio das tartarugas”, mas suas características mais marcantes se devem à sua colonização. Carambeí em 1713 era uma fazenda que começava no rio Iapó e se estendia até o rio Pitangui, com uma casa sede, entre Ponta Grossa e Castro. Foi a Brazil Railway Company que adquiriu a fazenda. Essa companhia fez planos de colonização para a área, pretendendo conseguir carga para os seus comboios, pois havia acabado de construir uma linha férrea, que cortava a fazenda. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAMBEÍ)

A imigração holandesa em Carambeí iniciou-se em 1911, quando os irmãos Leendert e Jan Verschoor estabeleceram contato com a Brazil Railway Company. A colônia de Carambeí começou com 52 holandeses representados pelas famílias: Verschoor, Vriesmann, De Geus, Voorsluys, Harms e Los (CORDEIRO; NASCIMENTO, 2005, p.104).



FIGURA 2.7 – Estação de Carambeí no início da colonização – por volta de 1911
Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAMBEÍ

Na década de 1920 os holandeses fundaram a fábrica “De Geus e Cia” e passaram a fabricar seu próprio queijo e, em julho de 1925 foi criada a Sociedade Cooperativa Hollandesa de Laticínios, considerada a primeira cooperativa de produção do Brasil, com sete sócios produzindo manteiga e queijo, sendo que a marca Batavo¹ surgiu em 1928. Em 1940 a razão social muda para Cooperativa Mista Batavo Ltda. Em 1º de março de 1954 foi fundada a Cooperativa de Laticínios do Paraná Ltda., responsável por uma das maiores bacias leiteiras do Brasil, junção das cooperativas Castrolanda (Colônia Castrolanda), Batavo (Carambeí) e Capal (Arapoti).

Assim, de 1910 a 1939, a Colônia de Carambeí se afirmou com a presença das atividades econômicas do leite, dos usos e costume dos imigrantes e da ocupação do espaço por uma população cujo idioma falado era o holandês (CORDEIRO, 2006, p.125).

Verificou-se, portanto, que a colonização holandesa em Carambeí se constituiu através da organização agro-pastoril, mas, paulatinamente, ultrapassando o espaço étnico-cultural e vivendo o processo sócio-econômico, redefiniu o comportamento organizado e transformou a Colônia Holandesa em Município Paranaense (CORDEIRO, 2006, p.125).

Sendo assim, no dia 13 de dezembro de 1995, o município de Carambeí foi criado através de Lei Estadual Nº 11.225. A emancipação do antigo distrito de Castro se deve á organização formal e o desenvolvimento da cooperativa fundada pelos holandeses.

Este município conta com a imigração de outros povos como alemães, portugueses e indonesianos, onde o visitante pode perceber as influências da

¹ O nome Batavo vem de um povo que, na antiguidade, habitava a região da Holanda (CORDEIRO, 2006, P.128).

colonização na arquitetura, jardins, pequenos moinhos e flores que enfeitam as casas, sendo que a trajetória dos imigrantes pode ser conhecida na Casa da Memória (Parque Histórico de Carambeí) onde se pode experimentar as tortas tipicamente holandesas e ainda é possível visitar e acompanhar a forma de produção de alguns dos produtos da Cooperativa Batavo e degustá-los.



FIGURA 2.8 – Moinho do Parque Histórico de Carambeí
Fonte: A autora

No dia 04 de abril de 2011 a imigração holandesa para o município de Carambeí completa 100 anos e a comemoração será realizada no Parque Histórico de Carambeí, onde a estrutura está ampliada para receber todos aqueles que querem participar da festa de comemoração do Centenário.

A imigração dos holandeses para a cidade de Castro ocorreu anos depois da fundação da Colônia Carambeí. A Colônia Castrolanda está localizada sete quilômetros da sede do município de Castro, cidade histórica dos Campos Gerais, que nasceu de um pouso de tropeiros no antigo Caminho Viamão para Sorocaba. Está distante 170 quilômetros de Curitiba, e foi fundada em novembro de 1951 por um grupo de agricultores cristãos holandeses vindos sobretudo de duas províncias de base rural do nordeste da Holanda: Drenthe e Overijssel (CORDEIRO, 2006, p.126).

[...] Após a Segunda Guerra Mundial toda a Europa sofria com os rigores e os traumas deixados pela guerra. Em 1951, cinquenta famílias a bordo do navio Alioth, compostas de pecuaristas e agricultores, buscaram uma nova vida em um país livre da herança da guerra. Esses holandeses trouxeram consigo alguns equipamentos agrícolas, maquinários para a instalação de uma pequena fábrica de laticínios e mil cabeças de gado holandês, preto e branco, de alta linhagem (RICKLI, 2004, p.25).



MAPA 2.6 – Distância da cidade de Castro á Capital Curitiba
Fonte: COOPERATIVA CASTROLANDA

Inicialmente em uma área de 5.000 hectares, foram fundadas a Colônia e a Cooperativa Castrolanda, união do nome do município com o País de origem. Apesar das dificuldades de adaptação à nova terra, como a diferença cultural e lingüística dos imigrantes, a colônia Castrolanda se desenvolveu e assumiu seu papel como pólo difusor do cooperativismo (COOPERATIVA CASTROLANDA).

A Colônia conta com cerca de 2.800 habitantes, e sua atividade econômica dominante é a agropecuária herança trazida da Holanda, organizada em torno da Cooperativa Castrolanda, à qual estão ligados quase todos os moradores da colônia, seja como produtores cooperados, seja como funcionários da cooperativa ou das chácaras e fazendas a ela associadas.

A colônia é procurada por turistas devido ao seu mais conhecido atrativo o Moinho “De Immigrant”, que foi construído em 2001 em comemoração ao 50º aniversário da colônia e é considerado um dos maiores moinhos construídos fora da Holanda.



FIGURA 2.9 – Visão Panorâmica da Colônia Castrolanda, vista do Moinho
Fonte: A autora

Além do moinho, a colônia conta com uma arquitetura e jardins típicos¹, o museu “Casa do Imigrante”, réplica de uma casa de imigrantes nos primórdios da colonização, a “Artelanda”, que reúne o artesanato típico holandês feito pelos próprios moradores e um passeio pelo centro da colônia evidencia a preocupação dos moradores com a educação (Escola Evangélica e Escola Holandesa), com a religião (Igreja) e com a tradição dos costumes que está presente na arquitetura e hábitos da colônia.

A cidade de Arapoti também recebeu influência dos imigrantes holandeses na sua formação, porém, o município não surgiu devido à imigração dessa etnia, tendo origem na Fazenda Jaguariaíva, pertencente ao coronel Luciano Carneiro Lobo, sendo que, até então, os campos eram ocupados por gado de corte e serviam como pouso para tropas vindas do Sul do país e na época (antes de 1910) a região era Distrito do Cerrado. Com a instalação da serraria e fábrica de papel Southern Brazil Lumber & Colonization Company é que começou a acontecer o desenvolvimento do local.

Em 1912 chegou a essas terras o Ramal Ferroviário do Paranapanema e oportunizou a instalação de moradores em torno da estação ferroviária “Cachoeirinha”, hoje sede do Memorial Capão Bonito – Casa da Cultura. Isso fez com que as pessoas residentes no Distrito do Cerrado preferissem ficar mais próximos da estação por conta da comercialização dos produtos e a localidade ficou cada vez menos habitada (PREFEITURA MUNICIPAL DE ARAPOTI). Com os ciclos

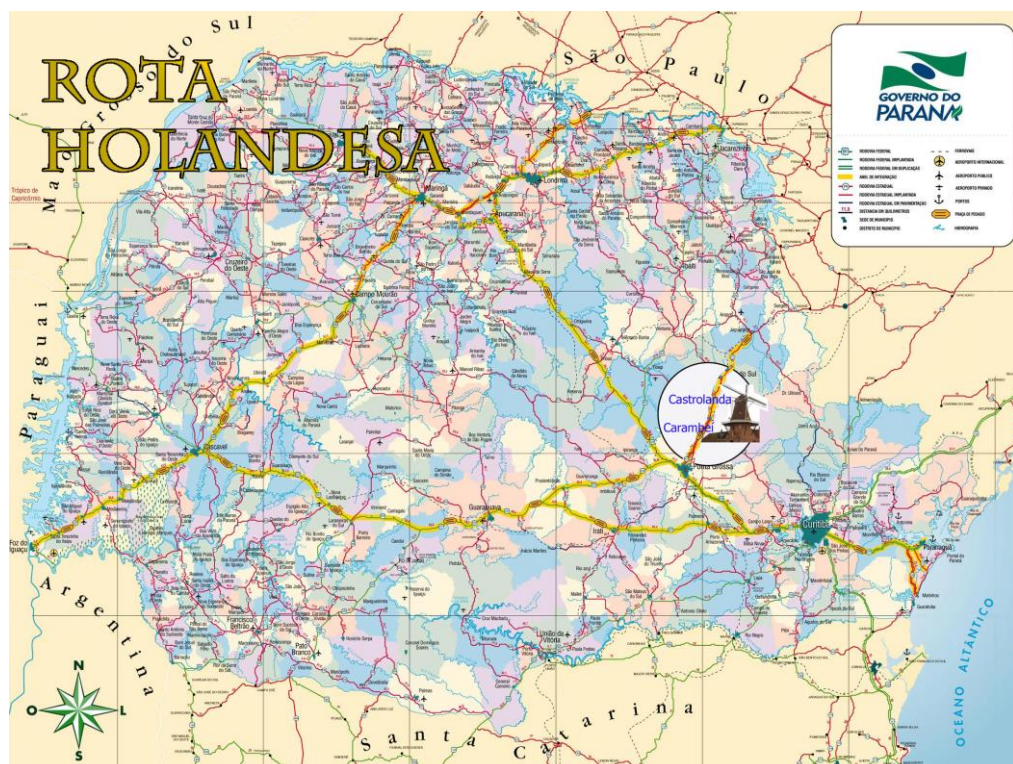
¹ Em frente à todas as casas existem jardins floridos abertos, sem muros ou cercas como na Europa.

do café e da madeira produzidos na região do Norte Pioneiro do Paraná, em 1916, chegaram os primeiros imigrantes, os espanhóis e poloneses. Arapoti se emancipou em dezoito de dezembro de 1955.

Os holandeses chegaram à Arapoti em 1960 e fundaram em setembro a Cooperativa Agropecuária Arapoti Ltda (Capal), inicialmente com vinte e um sócios todos holandeses, sendo que as reuniões eram todas feitas no idioma holandês. Em 1966 haviam cinco brasileiros sócios da cooperativa e, em 1973, dois foram nomeado membros da diretoria, a partir de então reuniões em português começaram a acontecer (COOPERATIVA CAPAL).

A criação da cooperativa Capal transformou o município de Arapoti em pólo de alta tecnologia em agricultura e pecuária com destaque para a produção de soja, milho, trigo, suínos, frangos e gado holandês leiteiro de alta linhagem.

A Colônia Castrolanda e as cidades de Carambeí e Arapoti, com as suas respectivas cooperativas: Castrolanda, Batavo e Capal, formam a Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa, representando as cooperativas e cultura holandesa.



MAPA 2.7 – Rota Holandesa¹
Fonte: COOPTUR

¹A cidade de Arapoti não se encontra no mapa porque, na elaboração do mesmo, a própria Cooperativa Paranaense de Turismo não incluiu pela cidade já não ser solicitada pelos turistas a muito tempo.

A cidade de Arapoti não será mais abordada neste trabalho, sendo que a análise dos roteiros e pesquisas de satisfação deste trabalho, dos anos de 2008, 2009 e 2010 não inclui Arapoti. Isso acontece não porque não existem produtos étnicos de interesse turístico no município, e sim devido á preferência dos clientes, que acham a cidade muito distante de Carambeí e Castrolanda, que são vizinhas, e optam por outra cidade mais próxima para completar o roteiro. Nos casos dos anos citados acima a cidade escolhida pelos turistas é Ponta Grossa, vizinha de Carambeí, que por não ter uma etnia predominante existente na cidade (e sim a mistura de diversas etnias), também não será abordada. A distância entre Carambeí, Castrolanda e Ponta Grossa é de 20 km, já de Castrolanda e Arapoti é de 87 km.

A distância entre a Colônia Witmarsum e o município de Entre Rios não influenciam porque o roteiro em Witmarsum acaba mais cedo, pois seus atrativos são poucos e muito próximos, a viagem entre as duas localidades dura em torno de três horas e meia, e o grupo já chega á noite em Prudentópolis, no dia seguinte ficam o dia todo no município e no terceiro e último dia ficam a metade do dia em Entre Rios, que também possui menos atrativos. Já na questão de Arapoti na Rota Holandesa a cidade não participa mais da rota por estar presente no terceiro dia, em que os turistas vão embora após o almoço, e como a viagem também dura três horas e meia o grupo passa a manhã toda viajando e não aproveita nenhum ponto turístico. Por esse motivo não compensa a viagem.



MAPA 2.8 – Distância entre as cidades de Carambeí, Castro e Carambeí
Fonte: GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ
Alteração: A autora

2.2– A cultura dos imigrantes do Paraná, nas etnias abordadas, evidenciadas por meio dos símbolos materiais e imateriais

Diante das informações apresentadas anteriormente pode-se perceber, nas etnias abordadas (ucraniana, alemã e holandesa), a influência dessas culturas nos locais citados. Isso se deve a diversos fatores, como o isolamento dos imigrantes nas áreas rurais cedidas às eles como o Distrito de Entre Rios no município de Guarapuava (PR), sendo que estavam longe das áreas urbanas e da população brasileira, a união da comunidade pelo desenvolvimento da sua colônia que manteve suas tradições ainda mais vivas, o orgulho de mostrar as outras etnias o que traziam de sua tradição, a possibilidade de se aproximar da sua pátria mãe, e outros motivos isolados, dependendo da situação do desenvolvimento de cada colônia.

Conservaram 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, distanciadas e isoladas dos núcleos demográficos nativos (DIÉGUES, 1980, p.45).

Esses fatores contribuíram para que os imigrantes guardassem consigo lembranças, objetos, símbolos, seus costumes para manter viva a lembrança de quem eram mesmo estando em uma terra estranha sem saber o que ocorria no seu país de origem. Por meio desses e de outros elementos tentavam se aproximar de seu país de origem, já que não poderiam estar lá pessoalmente.

Já assentado no Brasil, o imigrante busca amenizar o corte, materializando, de várias formas, a lembrança da terra que deixou. Desse modo, o arranjo de sua casa tem características próprias, evidenciadas nos objetos biográficos. Um retrato emoldurado de toda a família, tirado geralmente pouco antes da partida, uma imagem religiosa, baixelas, tapetes, uma caixa de madrepérola, ou simples talheres são expostos como fragmentos de um mundo a que se deseja voltar, mas que se suspeita jamais rever ou, talvez pior, ao revê-lo não mais reconhecer seus traços originais (SCHWARCZ, 1998, p.18 apud CORDEIRO, 2006, p.122).

O Paraná é o cenário dessas manifestações culturais trazidas pelos imigrantes, e podem-se notar no estado os traços dos imigrantes por meio de diversas formas, como manifestações folclóricas, casas com estilo arquitetônico europeu, vestimenta diferenciada, gastronomia de origem germânica, dentre outros.

Para a formulação de uma fronteira étnica e identitária é necessário que seja estabelecido um padrão ideal que fundamente e legitime o quadro social e cultural de um grupo. Esse padrão pode ser legitimado por meio dos usos e costumes, da língua, das representações coletivas, da criação de estereótipos, enfim, daquilo que as coletividades trazem como tradicional (RAMOS, 2006, p.01).

As culturas germânicas instaladas no Paraná se configuram, basicamente, por três fatores: a dimensão religiosa, a língua e a alimentação. Segundo a afirmação de Schwarcz (1998, p.20 apud CORDEIRO, 2006, p.114) é por meio da religião que os imigrantes começam a sua reorganização social, já a alimentação representa um elo de contato entre as famílias, sendo uma ponte entre o imigrante e seu país de origem, afirmando a identidade. A língua serve para preservar a continuidade e a manutenção dos laços com o país de origem, sendo que os filhos praticavam o idioma materno em casa com o objetivo de dominá-lo desde cedo.

As três etnias abordadas neste trabalho se desenvolveram juntamente com esses três fatores. A religião é representada pela igreja, instituição de sobrevivência inicial dos imigrantes e uma das primeiras erguidas na colônia, suas religiões eram as mesmas praticadas no seu país de origem, inclusive o rito era na língua materna. A escola ao lado da igreja, foi também construída já no início da chegada dos imigrantes às colônias, representavam a educação da sua etnia.

Na formação dos Campos Gerais do Paraná os imigrantes mantinham suas próprias escolas nas colônias e recebiam as mesmas práticas educativas do país de origem, geralmente conduzidas por professores da mesma etnia, sendo que ainda hoje funcionam as escolas que ensinam a língua materna dos imigrantes, geralmente particulares.

Todas essas questões da religião, da língua e da educação representam a cultura coletiva dos imigrantes, e a preservação dessa cultura se torna importante no sentido do repasse desses significados aos seus descendentes, pois estes não conhecendo a cultura do país de origem necessitam aprender de seus pais, avós ou de alguém da comunidade para esses elementos não se perderem no tempo. Mesmo que não exista, com o tempo, nenhuma testemunha viva dessa cultura, que tenha nascido no país de origem, ela foi repassada de geração em geração.

Muitas vezes, as coletividades mantêm certos costumes que nem sabem de onde vêm não conhecem sua gênese, mas mesmo assim consideram-nos tradicionais. Exemplos são as representações coletivas, que muitas

pessoas seguem, mas não sabem de onde vêm, onde nasceu, porque nasceu, mas que servem para identificar os componentes do grupo (RAMOS, 2006, p.04).

Alguns exemplos dessa cultura coletiva preservada, nesse caso por meio do patrimônio material e imaterial, é a Igreja Ucraniana de São Josafat, em Prudentópolis, onde acontecem missas em rito e língua ucraniana. A questão da religião ainda é importante entre eles, prova disso é quando a língua da missa foi modificada para português, a população dizia que a cultura e religiosidade ucraniana seriam descaracterizadas. Hoje eles permitem que a missa seja na língua portuguesa, mas a primeira missa de domingo ainda acontece em rito e língua ucraniana. A Igreja São Josafat é um dos símbolos da cultura ucraniana presentes em Prudentópolis, e é tombada como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado.



FIGURA 2.10 – Igreja Ucraniana São Josafat
Fonte: A autora

A influência da religião é forte, dos mais idosos aos mais jovens, exceto sobre os jovens que estão fora desse meio. As atividades religiosas, por meio das festas periódicas, garantem maior intensidade de relações entre os membros do grupo. Dentro desse esquema de relações sociais está o sentimento de pertencimento à comunidade.

Para a população da cidade de Prudentópolis, a religião e a manutenção de tradições constituem uma dimensão essencial de sua vida cotidiana. Assim, religião, língua, arquitetura, culinária, educação dos filhos, artesanato, constituem uma característica essencial daquela população e tornam-se um ritual e, ao mesmo tempo, transformam-se em uma experiência social coletiva (LUBACHEVSKI, 2004, P.20).

As manifestações das etnias abordadas neste trabalho, bem como as etnias em geral necessitam ser inicialmente identificadas e trabalhadas na forma de turismo étnico, em conjunto, levando em consideração o que está acontecendo no presente, como a etnia vive no presente e de que forma transformar a etnicidade em um produto turístico que possa interessar ao turista sem descaracterizá-la.

Flores (1997, p.13 apud SAVOLDI, 2000, p.90) sugere que seja feito uma restauração cultural, permitindo a ressignificação dos valores, ou seja, a cultura preservada com base no presente e na montagem de produtos não-estáticos, por exemplo, o uso de uma vestimenta típica pelo condutor não quer dizer que a comunidade ainda usa aquela roupa, mas sim mostrar aos turistas como eles andavam no passado, dando maior significado ao símbolo para o melhor entendimento do turista, ao invés de apenas mostrar aquela vestimenta deixando-a estática e parada no passado.

Savoldi (2000, p.91) afirma que “a epopéia do passado é construída com valores do presente, muitos traços dessa restauração realizada no presente revelam a invenção de inúmeros detalhes para melhor caracterização do quadro que se quer representar”. Isso se dá, por exemplo, através da apresentação de grupos folclóricos durante um almoço típico (estará representada a dança, a vestimenta e a gastronomia típica de forma não-estática), trazendo na invenção do presente a melhor caracterização dos detalhes para os turistas.

A animação turística pode ser considerada como um complemento do sistema receptivo de uma localidade, sendo uma ação que motiva, promove e facilita a maior e mais ativa participação do turista no desfrute e aproveitamento de seu tempo. Com isso dá-se uma maior significado aos fatos, aos hábitos, aos costumes, às tradições e ao patrimônio urbano e arquitetônico, aumentando o usufruto daquele produto ou atrativo.

A Imersão em Cooperativismo, roteiro comercializado pela Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) traz, nos seus atrativos turísticos, a oportunidade dos turistas conhecerem o passado dos imigrantes por meio de estratégias presentes para causar a motivação de conhecer.

Alguns atrativos, como museus por exemplo, são mostrados de forma estática, não sendo possível, pelo motivo da conservação dos objetos, serem mostrados como museus interativos. Mas grupos folclóricos, as vestimentas usadas

pelos condutores locais, o idioma mãe da etnia local falada pela comunidade, e o próprio moinho da Colônia Castrolanda, por exemplo, dão essa maior ênfase aos fatos do passado e à arquitetura dos imigrantes, além da cooperativa que faz parte da história dos mesmos desde o início da sua colonização até os dias de hoje, sendo parte essencial do roteiro de Imersão em Cooperativismo.

CAPÍTULO 3

ROTEIROS DE IMERSÃO EM COOPERATIVISMO E NOVAS PERSPECTIVAS DA COOPTUR

Você pode sonhar, criar, desenhar e construir o lugar mais maravilhoso do Mundo. Mas é necessário ter pessoas para transformar seu sonho em realidade.

(Walt Disney)

3.1 – Roteiros de Imersão em Cooperativismo: ações da Cooptur

A idéia da criação das Imersões em Cooperativismo partiu da Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar) e do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop). A Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) foi fundada com o objetivo de organizar e estar em contato direto com as cidades participantes do projeto “Turismo Rural Cooperativo”.

Os roteiros de Imersão em Cooperativismo foram criados com o objetivo de disseminar as doutrinas do cooperativismo entre os envolvidos com cooperativas de todos os setores no estado do Paraná. Pensando nisso foram selecionadas cidades no estado que tivessem destaque no setor cooperativista e oferecessem atrativos turísticos, sendo assim as cooperativas dos imigrantes do Paraná foram escolhidas, pois ofereciam o que as organizações procuravam: cooperativas de produção com destaque no estado e possibilidade de atrativos turísticos.

Foram seis as cidades selecionadas, sendo que a cidade de Arapoti não se encaixou no projeto por estar mais distante das outras duas regiões da Rota Holandesa. Inicialmente denominadas Roteiro dos Imigrantes, logo foram divididas em dois roteiros com etnias diferenciadas. Os roteiros de Imersão em Cooperativismo são:

- Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa, que inclui a cidade de Carambeí e a Colônia Castrolanda da cidade de Castro (PR);
- Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica, que inclui a Colônia Witmarsum da cidade de Palmeira (PR), a cidade de Prudentópolis (PR) e a Colônia Entre Rios da cidade de Guarapuava (PR).

Os roteiros evidenciam a cultura dos imigrantes por meio dos seus objetos materiais e imateriais, como também mostram o funcionamento, por meio de visitas e palestras, das cooperativas dos locais.

No ano de 2009 foi lançado o “Treinamento Vivencial em Cooperativismo”, com o mesmo objetivo das Imersões em cooperativismo, mas é realizada em área natural, e de forma dinâmica por meio de atividades em equipamentos de aventura e jogos interativos voltados ao tema cooperativismo. É realizado na Reserva Particular de Patrimônio Natural Ninho do Corvo (RPPN – Ninho do Corvo), localizada na cidade de Prudentópolis.

Os principais clientes das Imersões são as cooperativas Coagel Cooperativa Agroindustrial, Coagru Cooperativa Agropecuária, Cocamar Cooperativa Agroindustrial, Frimesa Cooperativa de Laticínios, Integrada Cooperativa Agroindustrial, Cvale Cooperativa Agropecuária, Cooperativa Agrícola Nova Produtiva, Cooperativa Agroindustrial Primato, Unimed Cooperativa de Saúde, Sicredi Cooperativa de Crédito, Cooperativa Agroindustrial Batavo e a Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (OCEPAR).

Os grupos de cooperativas muitas vezes ganham as viagens como forma de incentivos por meio de gincanas internas, dez, vinte e cinco anos de empresa, etc., assim como para cooperados, gerentes, diretores e outros como forma de intercooperação com as cooperativas coloniais.

Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa

Esta rota traz a cultura dos holandeses como tema principal e a apresentação de suas cooperativas Batavo (Carambeí) e Castrolanda (Colônia Catrolanda). Depois de várias reuniões com a comunidade, o roteiro estrutura-se com base em atrativos apresentados por eles mesmos.

Em Carambeí os atrativos atuais visitados pelos turistas são:

- Moinho de artesanato, que traz o artesanato local;
- Happy Country, com artesanatos locais mas diferentes do primeiro;
- Almoço típico holandês;
- Jantar típico indonésio;
- Apresentação do Grupo Folclórico Holandês Infantil;
- Visita ao Taman Batoe (Jardim de Pedras), orquidário e cactários;
- Cooperativa Agroindustrial Batavo Ltda (palestra e visita);
- Visita á uma propriedade leiteira;
- Visita ao atelier de uma artista plástica local;
- Visita ao museu Casa da Memória (Parque Histórico);
- Café com tortas típicas holandesas;
- Loja de artesanato do museu, vindos da Holanda;
- Hotel De Klomp;
- Casa do Pioneiro.

Em Castrolanda:

- Café típico holandês;

- Almoço típico Castropreiro (Castro);
- Almoço típico colonial holandês;
- Visita ao Memorial da Imigração Holandesa – Moinho;
- Grupo Folclórico Holandês de Castrolanda;
- Visita á “Artelanda”, loja de artesanato típico;
- Visita ao Museu Casa do Imigrante Holandês;
- Visita á Fundação ABC (Castro);
- Museu do Tropeiro (Castro);
- Casa da Sinhara (Castro);
- Casa da Cultura (Castro);
- Igreja Matriz Sant’ana (Castro);
- Cooperativa Castrolanda;
- Visita á propriedade (leiteira, agrícola, suína, flores ou batata semente).

O roteiro inicia, geralmente, na cidade de Carambeí com a visita aos artesanatos locais logo na chegada, posteriormente o grupo vai para o almoço típico holandês servido no Clube Social ou no Restaurante do Parque Histórico da cidade onde, experimentam a gastronomia típica e assistem ao Grupo Folclórico Holandês Infantil que se apresenta depois, e podem experimentar e conhecer a cultura holandesa por meio da alimentação, das vestimentas e da dança. A gastronomia holandesa é cheia de significados, pois, os principais pratos da mesa têm a batata porque, para os holandeses, significa um tempo difícil na Holanda que, por conta do frio quase nada crescia na terra, e o alimento que sempre tinha era a batata, história sempre contada pela condutora local, descendente de holandeses.

Fora esse e outros significados, a gastronomia holandesa se destaca por ser um alimento agridoce, é frango ao molho de manga, purê de batata com creme de maçã, etc., bem diferenciada da comida brasileira. Por meio da apresentação do grupo folclórico é possível perceber a forma como os holandeses se vestiam, sendo o destaque e a parte que os turistas mais gostam os tamancos de madeira, chamados Klomp pelos holandeses, que eram usados na Holanda para irem á lavoura por conta do frio, onde cada um fazia o seu tamanco.



FIGURA 3.1 – Grupo Folclórico Holandês Infantil de Carambeí em apresentação no Parque Histórico para o grupo de Imersão em Cooperativismo da Cooperativa Unimed
Fonte: A autora

Após a apresentação do Grupo Folclórico Holandês, o grupo continua seu roteiro no Taman Batoe, um orquidário e cactario, localizado no jardim de uma residência particular, onde possuem dezenas de espécies de cactos e orquídeas nativas e exóticas. É um local com destaque pela sua visão do pôr-do-sol no final da tarde. Após a visita ao Taman Batoe partem para a Cooperativa Batavo, onde terão uma palestra sobre a imigração dos holandeses para Carambeí assim como da fundação da cooperativa, ao final há uma degustação de produtos da Cooperativa Batavo, e visita a uma propriedade leiteira a escolha do grupo.



FIGURA 3.2 – Taman Batoe (Jardim das pedras)
Fonte: A autora

No retorno ao centro da cidade de Carambeí o grupo faz a visitação ao atelier de uma artista plástica local, e depois dirigem-se ao museu Casa da Memória, localizado no Parque Histórico de Carambeí, onde poderão visualizar, por meio de objetos materiais fatos a respeito da imigração dos holandeses, sendo que antes da visita ao museu a guia faz uma explicação breve à respeito da imigração. No restaurante do museu o grupo faz a degustação das tortas típicas holandesas e, ao final, passam pela loja de artesanatos do museu, todos vindos da Holanda.



FIGURA 3.3 – Parque Histórico de Carambeí e Museu Casa da Memória
Fonte: A autora

A acomodação do grupo acontece no Hotel De Klomp, administrado por um holandês que teve o cuidado de decorar o espaço com fotos, quadros mostrando alguns locais da Holanda. Os grupos podem se hospedar no hotel somente finais de semana, pois de segunda a sexta o hotel acomoda os funcionários vindos de fora da empresa Perdigão localizada na cidade. A estratégia adotada pela Cooptur, nesse caso, é a inversão do roteiro e o grupo se hospeda em Ponta Grossa nos dias de semana.

O roteiro em Carambeí termina com o jantar típico indonésio servido no Taman Batoe, gastronomia de outra etnia que emigrou para Carambeí, e tem uma ligação forte com os holandeses por questões históricas. O destaque da gastronomia indonésia são os fortes temperos usados nos alimentos, além de alguns temperos doces serem usados em pratos salgados, o que deixa um gosto diferente no alimento.

A Casa do Pioneiro é outra opção de atrativo na cidade, é uma das primeiras casas construídas pelos imigrantes ainda conservadas. Mas como as opções de visita são muitas algumas são deixadas de fora para incluir outras, pois o tempo acaba ficando curto. Sendo assim são priorizados os atrativos que os turistas mais gostam, ficando a escolha aberta ao responsável pelo grupo que já conhece os atrativos e tem condições de escolher pelo perfil do grupo.



FIGURA 3.4 – Casa do Pioneiro
Fonte: A autora

No outro dia pela manhã o grupo parte para a Colônia Castrolanda, na cidade de Castro, vizinha de Carambeí. Logo na chegada o grupo se dirige a uma unidade da Cooperativa Castrolanda para a palestra e visita á unidade, sempre a palestra da mesma forma (histórico da imigração e da cooperativa). Ao final recebem uma unidade cada um da batata (chips) produzida pela Cooperativa, depois a visita a uma propriedade a escolha do grupo.

O almoço típico holandês é com pratos diferentes daquele experimentado em Carambeí, com a entrada de um tipo de sopa. A visita ao Moinho é a parte predileta dos turistas, pois é o maior já construído fora da Holanda, sendo a sua construção de 2001 uma homenagem aos cinqüenta anos da imigração holandesa em Castrolanda. É dividido em quatro andares, sendo que está sendo ampliado para cinco. A Apresentação do Grupo Folclórico Holandês de Castrolanda (GFHC) acontece no pátio em frente ao moinho.



FIGURA 3.5 – Grupo Folclórico Holandês de Castrolanda e Memorial da Imigração Holandesa (Moinho).
Fonte: COOPTUR

Ao lado do moinho está localizada a “Artelanda” de artesanato típico, sendo a próxima parada do grupo, depois vão para o museu Casa do Imigrante Holandês, também ao lado. O museu possui esse nome porque foi uma casa mantida no estilo holandês interna e externamente, exatamente como era: objetos do quarto, da cozinha, da sala, etc. Durante a visita ao museu experimentam as bolachas holandesas, especialidade deles.



FIGURA 3.6 – Klomp em exposição na Casa do Imigrante Holandês
Fonte: O autor

O grupo termina seu dia em Castro com a visita à Fundação ABC, uma empresa de pesquisa de sementes voltada para todos os tipos de produtos do setor agrário da região para melhorar a qualidade da semente, onde o grupo tem a palestra e a visita a todo o espaço de trabalho da fundação. No final do dia acomodam-se no Hotel Fazenda das 100 árvores, onde terão uma noite de massas ou Buffet de sopas ao som de um show de cítaras¹.

Os atrativos da cidade de Castro não foram citados, isso porque teria que ser elaborado um roteiro com mais tempo, sendo que os atrativos localizados no centro de Castro têm uma importância histórica para a cidade, por isso, em grupos somente culturais e não Imersões em Cooperativismo são inclusos todos os atrativos culturais citados. Porém, nas Imersões não daria tempo de incluir todos, por conta da parte das cooperativas e palestras.

O terceiro dia do grupo termina em Ponta Grossa, onde eles visitam o Parque Estadual de Vila Velha ou a Indústria Heineken, e antes de partirem em viagem de retorno almoçam em um restaurante da cidade.

¹ Cítara é um instrumento de cordas, usado, sobretudo na música folclórica, mais comum em países de língua alemã nos Alpes e na Europa do Leste.

Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica

A Imersão em Cooperativismo na Rota Eslavo-Germânica consiste em um roteiro em que os visitantes conhecem a cultura dos imigrantes das etnias ucraniana e alemã, em três regiões do Paraná, e conhecem o trabalho de suas cooperativas coloniais.

O roteiro inicia geralmente na Colônia Witmarsum, na cidade de Palmeira, que contém os seguintes atrativos:

- Fazenda Ranchinho;
- Propriedades rurais (propriedade leiteira, de cogumelos ou frutos orgânicos);
- Almoço típico colonial germânico (no restaurante Casa do Criador);
- Apresentação do grupo Sênior;
- Degustação de queijos finos;
- Visita ao Museu Menonita;
- Casa do Pioneiro;
- Café Colonial completo;
- Café com torta na Confeitaria Kliewer;
- Palestra cooperativa Witmarsum.

Os atrativos de Prudentópolis são os seguintes:

- Jantar ou almoço típico ucraniano;
- Demonstração da pintura em pêsankas;
- Apresentação do Grupo Folclórico Ucraniano Vesselka;
- Visita a loja de artesanatos;
- Igreja São Josafat;
- Museu do Milênio;
- Recanto Perekouski (atrativo natural);
- Degustação de Krakóvia;
- Apiário Chociai;
- Chalé Costenaro;
- Café Colonial;
- Visita às cachoeiras;
- RPPN – Ninho do Corvo (atrativo natural);
- Palestra sobre a Cooperativa CAMP e Erva-Mate.

E, por fim, os atrativos da Colônia Entre Rios, da cidade de Guarapuava:

- Café colonial típico suábio;
- Apresentação do Coral Vollweiter;
- Museu Agrária (é repassado um vídeo com a história da colônia);
- Choperia Donau Bier com degustação de chopp (cerveja artesanal);
- Jantar ou almoço típico alemão com degustação de vinhos;
- NATURWEIN (vinhos artesanais);
- Buffet de sopas típicas suábias;
- Estufa de flores da Agrária;
- Visita e palestra sobre a Cooperativa Agrária;
- Visita á Projeção (projeto social voltado á comunidade de Entre Rios).

O roteiro inicia com uma palestra na colônia Witmarsum á respeito da fundação da Colônia e da Cooperativa Witmarsum e sobre a produção dos queijos finos da cooperativa, após a palestra o grupo degusta os mesmos. O almoço vem logo em seguida com a explicação sobre os pratos, sendo que durante o almoço o Grupo Sênior se apresenta. Após o almoço, dependendo da programação do grupo fazem visita a uma propriedade rural, fazenda ranchinho ou Casa do Pioneiro e logo se dirigem ao Museu Menonita que foi uma das primeiras casas erguidas em Witmarsum e fica logo na entrada da colônia, onde irão ouvir a explicação mais detalhada sobre a colonização dos menonitas para o Brasil e poderão observar como eram montadas as casas em Witmarsum no início da colonização, assim como objetos materiais, vestimentas, etc. A programação na Colônia Witmarsum termina no final da tarde com um café colonial ou café com torta na Confeitaria Kliewer, que fica à opção do grupo.



FIGURA 3.7 – Degustação de queijos finos
Fonte: COOPTUR



FIGURA 3.8 – Museu Menonita
Fonte: A autora

O grupo parte para Prudentópolis no final da tarde e chegam à cidade já para o jantar que acontecerá no hotel ou em um restaurante, que poderá ser típico ucraniano ou outra opção, se forem experimentar o almoço típico no dia seguinte. Os atrativos culturais podem ter qualquer seqüência, pois ficam próximos uns dos outros e no centro da cidade. Os naturais teriam que ser inclusos em outro roteiro específico, pois ficam na área rural, distante do centro do município. Geralmente uma cachoeira pode ser visitada no final da tarde quando o grupo termina o Treinamento Vivencial em Cooperativismo, ou então existe a opção pelo roteiro “Aventura em Prudentópolis”, que consiste na visita a mais de duas cachoeiras.

Pela manhã o grupo parte para a visita ao Museu do Milênio, que traz todos os tipos de objetos materiais, históricos dos ucranianos em Prudentópolis, vestimentas, etc. Antes disso recebem uma breve explicação sobre os ucranianos e a questão da sua religiosidade por uma descendente da etnia que fala o idioma ucraniano. Ao lado do Museu do Milênio está localizada a Igreja São Josafat, ponto alto do roteiro, pois existem centenas de significados no interior da igreja, explicados pela mesma pessoa que os recebeu no museu. Nesse momento é a hora da foto em grupo em frente ao maior símbolo da cultura ucraniana, a Igreja São Josafat com suas torres de abóbodas.



FIGURA 3.9 – Pêssanka em exposição no Museu do Milênio
Fonte: Arquivo do Museu do Milênio

Antes do almoço visitam uma loja de artesanatos típicos locais e vindos da Ucrânia. No restaurante antes da refeição, que poderá ser o almoço típico ucraniano como outra refeição se já tiverem experimentado no dia anterior, o grupo irá presenciar os níveis da criação do artesanato que traz a identidade ucraniana: a pêssanka, geralmente uma surpresa para o grupo, pois é uma criação inacreditável, trazendo muito mais valia ao artesanato sabendo-se como se confecciona

principalmente por ser de uma forma que muitos nem imaginam. Ainda antes do almoço degustam a *krakóvia*¹, e experimentam no almoço o *perohe*, pastel cozido, com recheio de requeijão e batata, típico ucraniano e outros pratos típicos, e como sobremesa é servido o *Cutiá*, também típica ucraniana.

Após o almoço no mesmo local, têm a apresentação do Grupo Ucraniano *Vesselka*, composto de integrantes descendentes de ucranianos, em torno de 200 integrantes, porém, por conta do pouco espaço somente se apresentam trinta integrantes alternando as músicas. O Grupo *Vesselka* é conhecido nacionalmente pela perfeita sincronia e fidelidade às vestimentas e danças ucranianas, sendo que todas têm um significado, explicado ao grupo antes de iniciar cada música.



FIGURA 3.10 – Grupo Ucraniano *Vesselka*
Fonte: A autora



FIGURA 3.11 – *Pêssankas*
Fonte: COOPTUR

A palestra sobre a Cooperativa local, a Cooperativa Agrária Mista Prudentópolis Ltda. (CAMP) acontece geralmente na sala de reuniões do hotel onde o grupo está hospedado, trazendo o histórico da cooperativa e da Erva-Mate produzido pela Cooperativa, ao final cada um recebe um pacote de erva de chimarrão como lembrança. O último atrativo visitado é o Apiário Chociai, onde o Sr. Carlos faz uma breve explicação sobre as abelhas e a sua produção de mel natural, e explica também o porquê Prudentópolis é considerada a “Capital do Mel”, ligada à questão as suas matas nativas. Depois o grupo conhece a produção do apiário e pode comprar os produtos comercializados pelo Sr. Carlos.

O dia termina em Prudentópolis com um café colonial no Chalé Costenaro, local de comercialização de todos os produtos da região: mel, salames, queijos, etc. À noite o grupo chega à Colônia Entre Rios.

¹ Salame ucraniano cozido bovino ou suíno, muito comercializado pelos turistas que levam para casa.

A Colônia Entre Rios traz já na sua organização um atrativo, pois suas ruas, casas, jardins são como eram na Europa. Na chegada do grupo a colônia vão direto ao Museu da Agrária, que possui essa denominação por ser mantido pela Cooperativa Agrária, onde assistem a um vídeo explicando sobre a colonização dos Suábios do Danúbio para o Brasil e, posteriormente para Guarapuava, após o vídeo visitam o museu com os objetos, fotos, documentos de todos os anos da história do Distrito de Entre Rios.

O grupo se dirige ao hotel onde efetuam o Check in. Depois saem para o clube da cidade saborear o Café Colonial Típico Suábio, onde já na entrada experimentam os Vinhos Naturwein, produzidos artesanalmente, sendo que o local da produção é muito pequeno para acomodar grupos, portanto o produtor os encontra no clube. Após o café assistem ao Coral Vollweiter, composto de seis integrantes, cantando as canções dos alemães do suábio na sua língua mãe e algumas músicas brasileiras. O que chama mais atenção do grupo é uma canção cantada por uma integrante, que tem origem nos Alpes Suíços, muito famoso pelo seu estilo forçar muito as cordas vocais, e poucas pessoas terem o dom de cantá-la.



FIGURA 3.12 – Cômodo do Museu Agrária
Fonte: Arquivo Museu Agrária



FIGURA 3.13 – Vinhos Naturwein
Fonte: COOPTUR

No outro dia visitam a Cooperativa Agrária, porém, poucas as vezes que a cooperativa recebe grupos, por questões de vigilância sanitária. Quando essa opção não é possível, eles têm a palestra sobre a cooperativa no Museu Agrária. E no dia seguinte visitam o “Projeto Projeção”, projeto comunitário para auxiliar na questão da educação e cultura crianças de famílias de baixa renda. É mantida pela comunidade de Entre Rios que servem como voluntárias no projeto. Outra opção é a vista á

Estufa de flores da Agrária ou particular, porém, somente quando está na época da produção.

Antes do almoço visitam a Choperia Artesanal Donau Bier, um pequeno estabelecimento que produz o chopp artesanalmente, o produtor explica como a pequena fábrica funciona e depois oferece a degustação do chopp, que tem uma aparência mais límpida que os outros, sendo que a água utilizada no procedimento é de poço artesiano, causando essa limpidez. No estabelecimento ele também mantém um local para receber clientes e oferece alguns tipos de comida alemã e petiscos.



FIGURA 3.14 – Coral Vollweiter
Fonte: COOPTUR



FIGURA 3.15 – Choperia artesanal Donau Bier
Fonte: COOPTUR

O grupo termina o dia em Entre Rios com um almoço típico alemão ou um Buffet de Sopas típica Suábia, e depois retornam ao seu local de origem

Os roteiros de Imersão em Cooperativismo são acompanhados de um representante da Cooptur e, em cada local, por um condutor local, vestido com a roupa típica da etnia ou a camiseta da Cooptur com crachá identificando seu nome, descendente de imigrantes e que fala a língua mãe da etnia, com exceção de Prudentópolis e Entre Rios, por falta de pessoas da comunidade qualificadas para a atividade de condução.

Conforme se pode notar, em todos os locais é servida a gastronomia típica da etnia representada no roteiro, porém, nem sempre isso é visto pelos turistas como privilégio. A gastronomia de algumas etnias possui características diferenciadas do alimento da gastronomia brasileira, mesmo que alguns alimentos dos imigrantes sejam adotados na cozinha brasileira, como o purê de batatas dos holandeses, por exemplo, ainda assim há críticas de alguns turistas por conta de alguns alimentos.

Apesar da preferência pelo alimento ser uma questão subjetiva, é preciso se ater á esses detalhes, pois muitos turistas pedem que seja servida também a alimentação brasileira com a gastronomia local, o que não os impediria de conhecer e experimentar essa gastronomia típica. Assim como determinados temperos por serem fortes (gastronomia indonesiana) ou altamente calóricos (gastronomia ucraniana ou alemã) podendo trazer problemas á alguns turistas por não poderem ingerir determinados alimentos por conta de diabetes, problemas renais, colesterol alto, e outros, existem também os vegetarianos que se encontram nos grupos e seguem essa filosofia por opção.

Essas questões já foram apontadas em diversas pesquisas de satisfação passadas aos turistas no final de cada dia de visita nas regiões, acabando por refletir no nível de satisfação dos turistas, principalmente, pela Cooptur trabalhar com grupos de médicos da Cooperativa Unimed, que vêem isso como um grande problema pelo seu entendimento no assunto.

Podem-se observar esses níveis de satisfação em pesquisas repassadas aos turistas no quesito alimentação, e quanto às críticas e sugestões escritas foram levantadas possibilidades por parte dos turistas referentes ás questões abordadas acima, como diminuir os temperos na gastronomia indonesiana ou incluir comida brasileira. Porém, terá sempre de ser respeitada a questão da cultura e da fidelidade no preparo do alimento, ficando como sugestão adicionar a alimentação brasileira como opção á mais na hora das refeições. Acredita-se que essa ainda seja a melhor opção, do que descaracterizar a gastronomia típica.

Treinamento Vivencial em Cooperativismo

O treinamento Vivencial em Cooperativismo é uma nova modalidade de treinamento para iniciação em cooperativismo, realizada ao ar livre, especialmente em recantos naturais, envolvendo atividades de aventura.

O objetivo do treinamento é inculir nos participantes de uma forma dinâmica e ativa as noções básicas de cooperativismo, apresentando histórico, conceitos, aplicando os princípios, valores e símbolos do cooperativismo em atividades ao ar livre, despertando sensações e emoções que ajudam a fixar o conteúdo. O público alvo são novos cooperados, filhos de cooperados, cooperados com necessidade de reciclar os conhecimentos em cooperativismo, colaboradores de cooperativas, e aqueles que se interessarem pelo tema. As atividades desenvolvidas são:

- Apresentação da equipe;
- Orientações gerais;
- Palestras:
 - Cooperativismo: conceitos e históricos;
 - Competição e cooperação (Coopetição);
 - Comparação: Empresa Cooperativa e Empresa Corporativa;
 - Definição de Cooperativa;
 - Finalidade da cooperativa;
 - Cooperativismo no Mundo;
 - Cooperativismo no Brasil – Ramos;
 - Princípios e símbolos do cooperativismo.
 - Explicação do JOGO COOPERATIVO, onde serão aplicados princípios, valores e símbolos do cooperativismo.
 - Alongamento;
 - Sensitrilha (trilha ecológica com dificuldades e obstáculos);
 - Enigmas cooperativos (uso de conhecimentos gerais para desvendar enigmas);
 - Lanche de Trilha (ou outra refeição de preferência dos participantes);
 - Diversas atividades de aventura com desafios;
 - Contagem dos resultados;
 - Final da missão cooperativa;
 - Avaliação e encerramento;
 - Confraternização.

Esse treinamento é realizado hoje na Reserva Particular de Patrimônio Natural Ninho do Corvo (RPPN – Ninho do Corvo), uma Unidade de Conservação de nível estadual, tendo como órgão expedidor o Instituto Ambiental do Paraná (IAP). Esta unidade trabalha o turismo de aventura, juntamente com a educação ambiental.



FIGURA 3.16 – Mirante da RPPN – Ninho do Corvo
Fonte: A autora

A reserva fica localizada no município de Prudentópolis, o seu acesso é a princípio pela BR 373, depois segue por uma estrada local, conhecida vulgarmente como “Estrada das Cachoeiras”, que levará até a Linha Paraná, onde se localiza a RPPN – Ninho do Corvo, sendo que este trajeto é de 25 quilômetros a partir do centro da cidade. Todo o trabalho da RPPN se resume em educação ambiental e contemplação da natureza, através das atividades oferecidas, no Turismo de Aventura:

- Tirolesa: com cerca de quinze segundos atravessa-se de um lado para o outro o Vale do Corvo em cabos de aço com 100 metros de extensão.
- Arvorismo: atividade que consiste em uma série de obstáculos que o praticante vai percorrendo enquanto o chão vai ficando mais para baixo.
- Cachoeirismo ou Rapel na Cachoeira da Água Verde: o praticante desce uma cachoeira de 40 metros com cordas, usando as habilidades do rapel.
- Rapelesa: rapel guiado, que cruza por cima do Cânion do Rio Barra Bonita com cerca de 70 metros de altura.
- Corvolesa: uma tirolesa controlada que desce pelo centro do Cânion do Rio Barra Bonita com 120 metros de extensão terminando na água.
- Sensitrilha: trilha guiada realizada com os olhos vendados.



FIGURA 3.17 – Corvolesa
Fonte: RPPN - Ninho do Corvo



FIGURA 3.18 – Rapelesa
Fonte: RPPN – Ninho do Corvo

Todas as atividades realizadas na RPPN Ninho do Corvo são com equipamentos de segurança certificados por órgãos competentes, garantindo o máximo de segurança para o turista. Para comprovar isto, a RPPN é integrante de alguns órgãos reguladores, como a Associação Brasileira das Empresas e Turismo de Aventura (ABETA) e também do projeto regulador de Turismo de Aventura do Ministério do Turismo: Aventura Segura. A RPPN é associada à Cooperativa Paranaense de Turismo e atualmente responsável pelo Treinamento Vivencial em Cooperativismo.



FOTO 3.19 – Início do Treinamento Vivencial em Cooperativismo
Fonte: A autora

O treinamento tem a duração de um dia, e geralmente o grupo chega à cidade no dia anterior já no final da tarde, fica hospedado em um hotel da cidade, acontece a confraternização já nesse mesmo dia, e no outro dia partem para a RPPN – Ninho do Corvo logo cedo. Ao final do treinamento voltam para o hotel onde

experimentam um café típico colonial. Existe a opção de o grupo visitar uma cachoeira no final da tarde, pois ficam próximas da reserva.

A final da visitação de cada dia da Imersão em Cooperativismo, assim como ao final do Treinamento Vivencial em Cooperativismo, é repassada aos turistas uma pesquisa de satisfação que estará analisando os níveis de satisfação na visão de cada um deles (excelente, muito bom, bom, regular e insatisfatório), assim como um quesito de críticas e sugestões para ser analisado por escrito.

Por meio das pesquisas de satisfação é possível ter uma visão geral do que o turista pensa a respeito dos roteiros e melhorá-los assim como efetuar mudanças com relação às sugestões e críticas apontadas por eles.

3.2 – Pesquisas de Satisfação da Imersão em Cooperativismo

Diante da descrição dos roteiros de Imersão em Cooperativismo anteriormente, se pode notar a presença de diversos produtos e serviços oferecidos aos clientes, sendo de perfis diferentes de uma região para outra, por conta das diferentes etnias. Sendo assim, no final de cada dia de roteiro é repassado a eles uma Pesquisa de Satisfação, elaborada pela Cooptur, que traz os seguintes quesitos, com suas respectivas opções:

1. O que mais lhe agradou em_____ (Castrolanda, Carambeí, Entre Rios, Prudentópolis ou Witmarsum)?
() Atrativos turísticos () Serviços () Atendimento () Palestra
2. Organização () Excelente () Muito Bom () Bom () Regular () Insatisfatório
3. Alimentação (mesmas opções de escolha)
4. Hospedagem (mesmas opções de escolha)
5. Apresentação cultural (mesmas opções de escolha)
6. Hospitalidade (mesmas opções de escolha)
7. Preservação da cultura local (mesmas opções de escolha)
8. Condutor de turismo (guia local) (mesmas opções de escolha)
9. Produtos Típicos (mesmas opções de escolha)
10. Roteiro (mesmas opções de escolha)
11. Palestra (mesmas opções de escolha)
12. Palestrante (mesmas opções de escolha)

13. Possibilidade de Retorno () SIM () NÃO

Além desses treze quesitos que será analisado pelos clientes, a pesquisa termina com uma questão aberta se Sugestões/ Críticas, onde o cliente poderá discorrer por escrito sobre suas considerações pessoais e não presentes nos treze quesitos acima.

Pela pesquisa de satisfação possuir muitos quesitos de avaliação, levando em consideração que são cinco regiões abordadas neste trabalho, serão analisados por meio de gráficos dois quesitos somente, pela questão de apresentarem melhores condições de avaliar o turismo em níveis gerais, sendo eles:

1. O que mais lhe agradou em_____ (Castrolanda, Carambeí, Entre Rios, Witmarsum e Prudentópolis);
2. Roteiro.

O primeiro item traz a visão geral dos clientes com relação á todos os outros treze itens, isso porque na opção atrativos turísticos pode-se incluir apresentação cultural, nos serviços a condução local, hospedagem, organização e alimentação, no atendimento está a hospitalidade e o geral do atendimento de todos os locais e, por fim, a palestra incluí o próprio quesito palestra e palestrante. A forma como o cliente vê cada um dos treze quesitos irá refletir diretamente na sua preferência por um dos itens do que mais lhe agradou no local, sendo os atrativos turísticos, serviços, atendimento ou palestra.

No quesito Roteiro a escolha foi feita pela questão da visão geral do cliente com base no roteiro elaborado em cada região, o que irá refletir no que ele pensa a respeito da estrutura atual do mesmo. Se o cliente chegar a conclusão que não é satisfatório a forma como está irá refletir diretamente no seu nível de satisfação com o quesito Roteiro, levando a se pensar em possíveis alterações.

Os itens acima citados serão analisados por meio de gráficos comparativos, com base em cada região, dos anos 2008, 2009 e 2010, considerando que, no ano de 2010, a análise de dados foi feita até o final do mês de julho, refletindo no número de clientes, menor que nos outros anos.

A diferença do número de cliente nas Imersões em Cooperativismo de um ano para outro também será abordada, para a visualização do crescimento ou declínio no número de clientes em cada região.

Os dados na questão o que mais lhe agradou está sendo apresentada da seguinte forma:

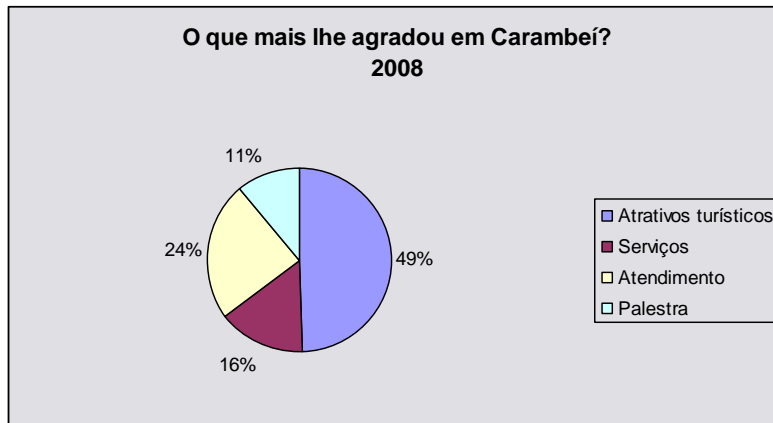


GRÁFICO 3.1 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2008 da cidade de Carambeí

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

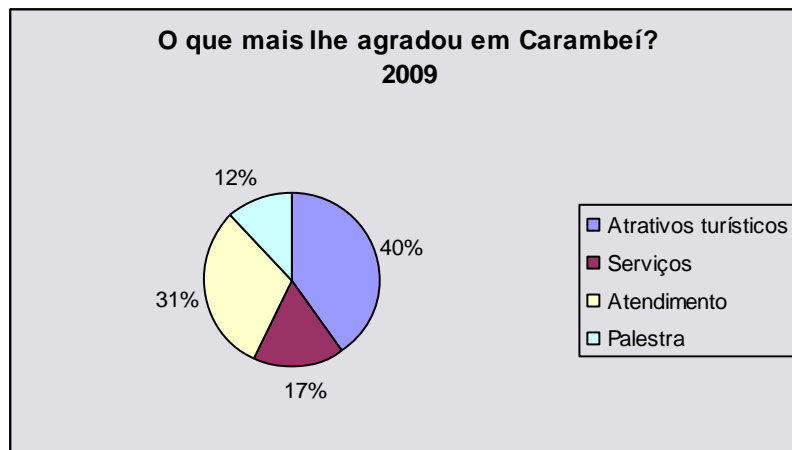
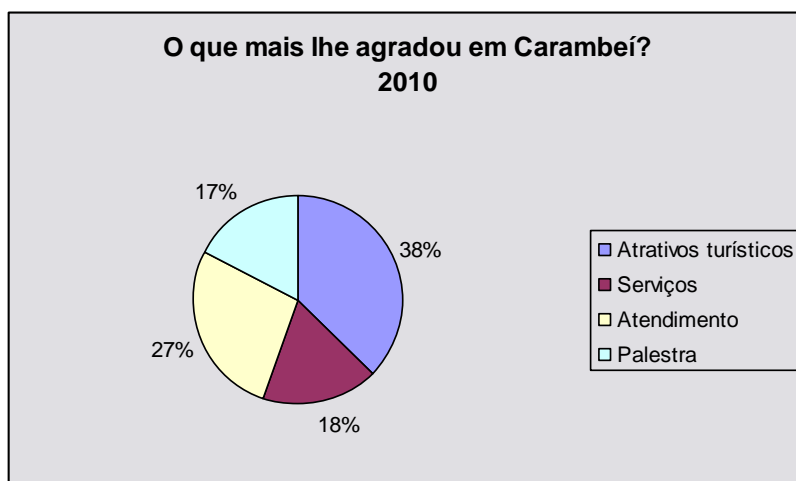


GRÁFICO 3.2 – Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2009 da cidade de Carambeí

Fonte: COOPTUR.

Notas: Dados trabalhados pela autora.



GRÁFICO

3.3 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do ano de 2010 da cidade de Carambeí

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Os dados dos gráficos acima são referentes ao nível de satisfação dos turistas da cidade de Carambeí no quesito número 1 da pesquisa, que se refere à qual opção mais o agradou nos anos de 2008, 2009 e 2010. Nos três anos à que se referem à pesquisa os turistas sempre vêm tendo maior preferência pelos atrativos turísticos da cidade, sendo em 2008 a preferência de 49% do total de turistas recebidos o ano inteiro de 2008, em 2009 a porcentagem dos atrativos ficou em 40% e, por fim, em 2010 fechando ainda com a menor porcentagem até julho de 38% da preferência pelos atrativos turísticos. O atendimento ficou em segundo lugar como preferência dos turistas nos três anos, mostrando a questão do preparo das pessoas envolvidas com o atendimento nos atrativos e produtos turísticos, sendo que, em 2008 a preferência foi de 24%, em 2009 de 31% e, em 2010 com 27%, ficando uma porcentagem menor de pessoas satisfeitas com o atendimento no ano de 2010, cabendo aos envolvidos com a organização perceber o porque isso vem acontecendo. As opções Serviços e Palestra sempre ficam em terceiro e quarto lugares, respectivamente, na preferência dos turistas.

Levando em consideração que a parte essencial da Imersão em Cooperativismo são as palestras por conta do tema do roteiro, é um caso a se pensar numa solução para melhorar essa preferência pelas palestras. Geralmente os questionamentos dos turistas é que a palestra acaba se tornando algo cansativo ou o próprio palestrante é criticado. Isso seria o caso de criar uma forma diferenciada e mais dinâmica, de alguma forma, para melhorar o interesse dos grupos, e tentar manter pessoas dinâmicas e envolvidas com a cooperativa para

ministrar a palestra, que entenda com clareza sobre o tema da palestra para não ocorrer a falta de informações importantes ao grupo.

A questão das palestras acaba se tornando algo subjetivo, pois, como os grupos diferem uns dos outros nos mais diversos cargos na empresa, assim como cooperados, familiares, jovens e grupos de mulheres, dentre outros, é necessário que as palestras sejam direcionadas para o perfil do grupo, pois alguns grupos sentem falta de algo mais técnico, já outros querem mais saber do histórico, e outros ainda se atêm mais a curiosidades que motivam a sua atenção a palestra. Esse é um caso a se estudar levando em consideração o perfil e a preferência de um perfil e outro.

Outra questão que deve ser levantada é até que ponto a palestra tem condições de competir com atrativos turísticos? Essa relação torna-se difícil até o ponto que muitos grupos preferem visitar atrativos que assistir palestras, exceto nos casos em que os grupos são muito técnicos. No caso da Imersão em Cooperativismo a palestra deveria ser levada mais a sério do que os outros itens, ficando em primeiro lugar com relação aos outros no roteiro.

Dos anos de 2008 a 2010 houve um aumento no número de turistas sendo que, em 2008, o total ficou em 116 pessoas, em 2009 subiu para 208 pessoas e, em 2010, até o mês de julho passaram por Carambeí 132 pessoas. Esse número irá se repetir, em 2008 e 2009 na Colônia Castrolanda, isso porque os grupos percorreram a Imersão em Cooperativismo na Rota Holandesa, que inclui as duas localidades. Diferente do ano de 2010, que Carambeí recebeu dois grupos á mais até julho, pois, um dia antes dos grupos cumprirem o Treinamento Vivencial em Cooperativismo, eles passavam por Carambeí para conhecer também a Imersão.

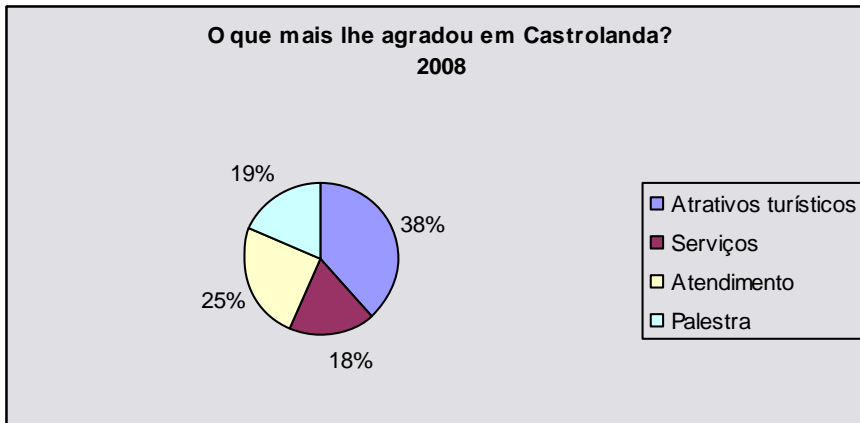


GRÁFICO 3.4 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

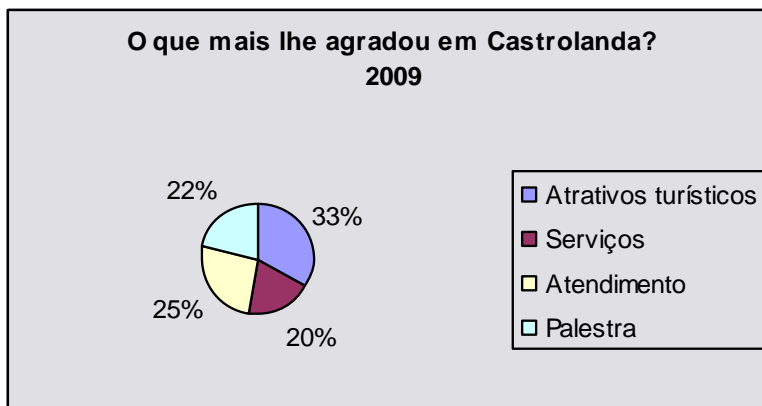


GRÁFICO 3.5 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

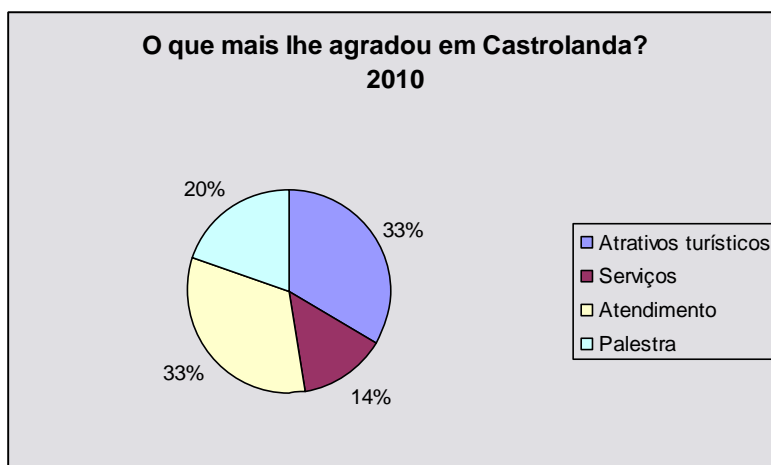


GRÁFICO 3.6 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Na Colônia Castrolanda os atrativos turísticos continuam ainda em primeiro lugar na preferência dos turistas, ficando 2008 em 38%, no ano de 2009 em 33% e mantendo essa porcentagem em 2010. Em segundo lugar ainda está atendimento com 25% da preferência em 2008 e 2009, subindo para 33% em 2010. O que diferencia a cidade de Carambeí para a Colônia Castrolanda é a que a palestra aparece em terceiro lugar na preferência dos turistas nos três anos, mostrando a força da palestra em Castrolanda percebida pelos turistas, sendo assim os Serviços acabam em quarto lugar, com uma baixa de 20% em 2009 para 14% em 2010, evidenciando a preocupação por parte dos turistas com a qualidade dos Serviços no último ano. O número de turistas fica em 116 em 2008 e, em 2009 o total de turistas foi 208, já em 2010 contam 101 pessoas até o mês de julho, lembrando que, em 2008 e 2009, o número de turistas é igual em Carambeí, pelas duas localidades receberem a visita dos mesmos grupos.

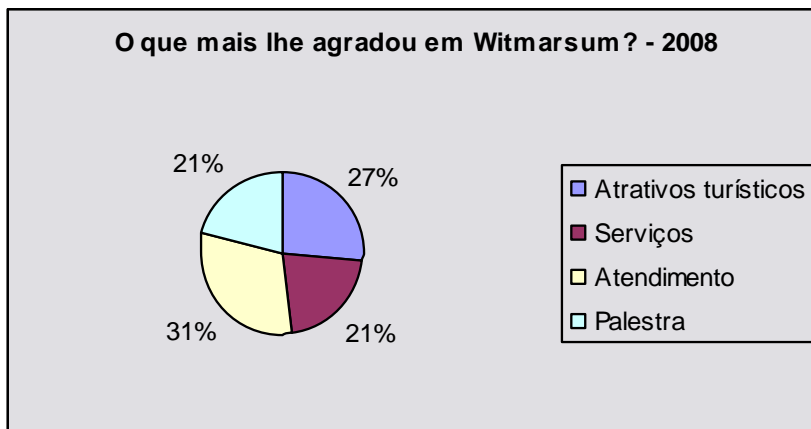


GRÁFICO 3.7 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

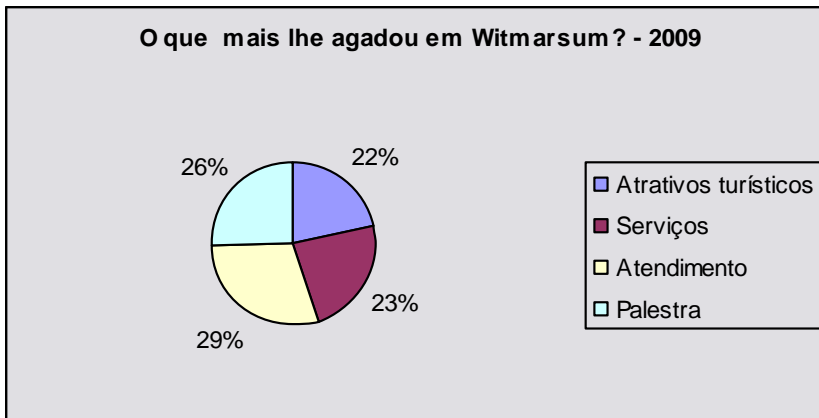


GRÁFICO 3.8 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

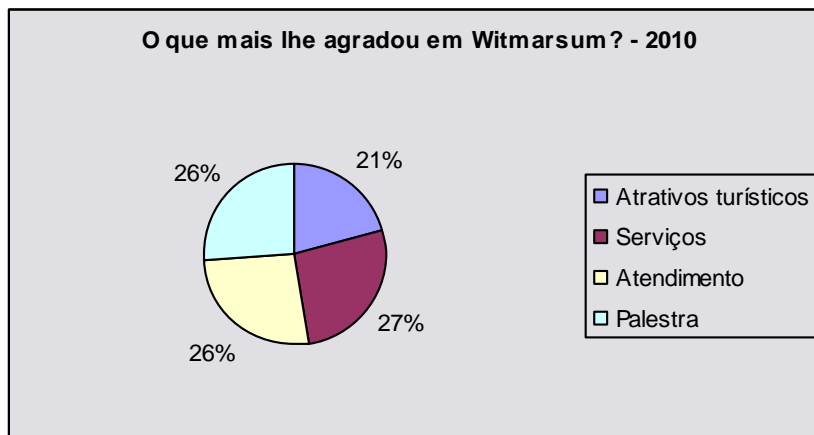


GRÁFICO 3.9 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Na colônia Witmarsum a pesquisa de satisfação oscilou entre os três anos, não mantendo um padrão como em Carambeí e Castrolanda. Em 2008, com a visita de três grupos totalizando 90 pessoas, em primeiro lugar na satisfação está o atendimento com 31%, seguido de atrativos com 27%, e com 21% houve o empate entre Serviços e Palestra. Já no ano de 2009, com quatro grupos de 132 pessoas, como nos outros casos, um aumento no número de turistas, o atendimento continuou em primeiro lugar na preferência dos turistas com 29%, seguido de Palestra que chega a 26%, logo depois, com 23% está Serviços e, atrativos fica por último com 22%. Serviços ficam em 27% em 2010, com a presença de dois grupos no total de 76 pessoas, com 26% estão Atendimento e Palestra e, mais uma vez, atrativos fica em último com 21%.

No caso de Witmarsum percebe-se uma fragilidade na questão dos atrativos, mostrando que o atendimento e a palestra têm sido as questões mais apreciadas

pelos turistas na colônia. Isso é bom pela satisfação com a palestra, inclusive com elogios na parte escrita, como também uma preocupação pelos atrativos não estarem em destaque em nenhum dos anos, além dos turistas solicitarem, nas críticas e sugestões, mais atrativos disponíveis para visitarem em Witmarsum, mostrando deficiência nessa parte.

Em comparação com outras as outras regiões abordadas neste trabalho, outro motivo dos atrativos em Witmarsum não estarem em destaque pode ser pela questão da representatividade dos seus atrativos turísticos que não se compara com os de Prudentópolis, por exemplo, possuindo atrativos com muito mais representação da cultura ucraniana, com muito mais vivacidade que, com suas igrejas com torres de abóbadas acaba impressionando muito mais os turistas.

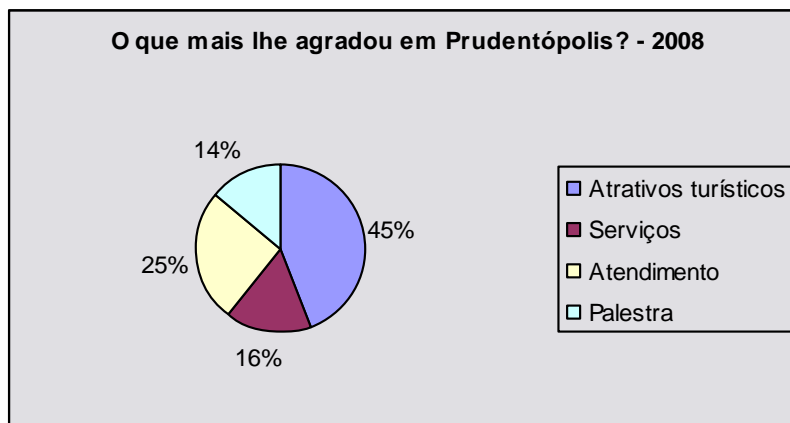


GRÁFICO 3.10 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

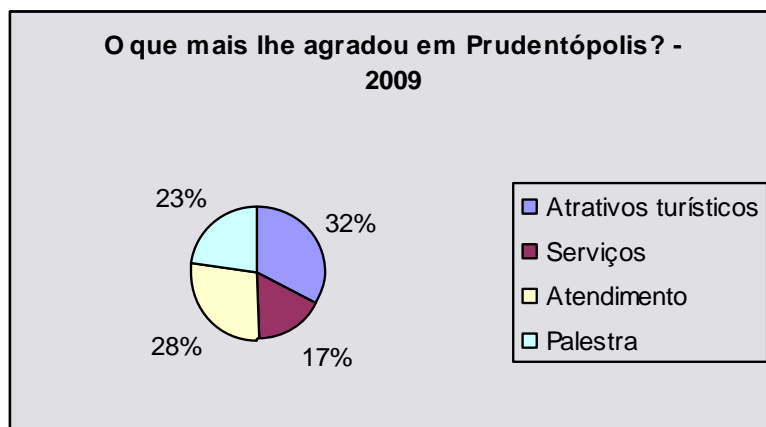


GRÁFICO 3.11 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

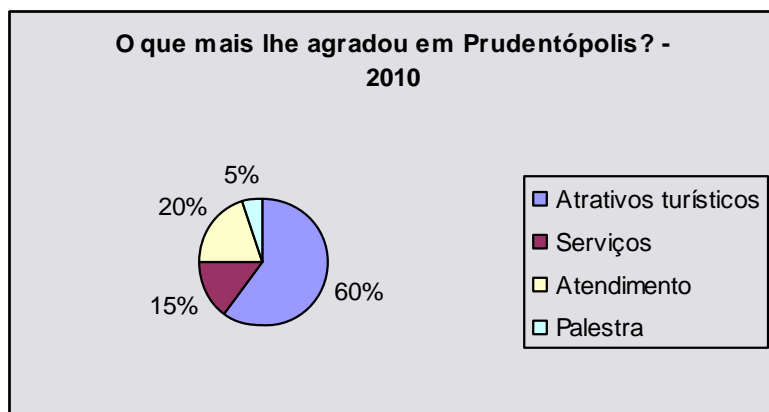


GRÁFICO 3.12 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Em Prudentópolis os Atrativos turísticos se destacam nos três anos, em 2008 com 45%, em 2009 com 32% e, por fim, em 2010 com 60%, sendo a maior preferência de todas as cidades os atrativos turísticos. O Atendimento vem em segundo lugar também nos três anos, em 2008, 2009 e 2010, com respectivamente, 25%, 28% e 20%. Já Serviços ficam em terceiro lugar em 2008 com 16%, em 2009 em último lugar com 17% e volta para terceiro lugar em 2010 com 15%. Na Palestra somente fica em terceiro em 2009 com 23%, em 2008 e 2010 fica em último com 14% e 5% respectivamente. Não existe um padrão de satisfação muito clara com relação à cidade de Prudentópolis, somente que Atrativos turísticos e Atendimento são os prediletos dos turistas.

Na questão do número de turistas Prudentópolis em 2008 recebeu, no total, 226 turistas divididos em 7 grupos, em 2009 foram 3 grupos no total de 114 pessoas e, em 2010 somente 1 grupo de 20 pessoas. O número de pessoas decresceu de um ano para outro, isso porque em 2008 grupos percorreram mais a rota eslavo-germânica, e alguns somente a cidade de Prudentópolis dando um movimento alto de turistas na cidade, esses grupos retornaram em 2009 mais para conhecer a Rota Holandesa, que acabou crescendo o número de pessoas na Colônia Castrolanda e na cidade de Carambeí em 2009. O motivo de não existirem muitos grupos para Prudentópolis em 2010 é que eles optaram pelo Treinamento Vivencial da cidade e menos pelo roteiro cultural.

As porcentagens de 2009 a 2010 que tiveram as maiores mudanças, pois Atrativos turísticos que estava com 32% em 2009 deram um salto para 60% em 2010. Ao contrário de Palestra que em 2009 estava com 23% e despencou para 5%

em 2010. Atendimento também baixou, pois em 2009 tinha 23% da satisfação e, em 2010, caiu para 20%, assim como Serviços que foi de 17% em 2009 para 15% em 2010. A representação dos Atrativos turísticos e a grande queda da satisfação pela Palestra, nesse caso, se destacam e muito.

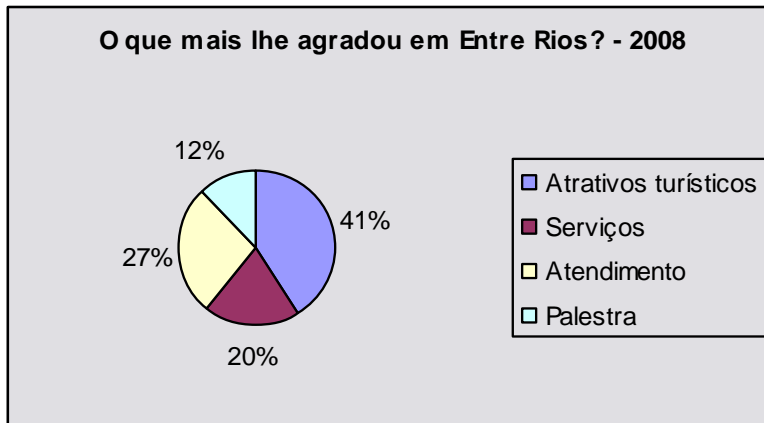


GRÁFICO 3.13 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

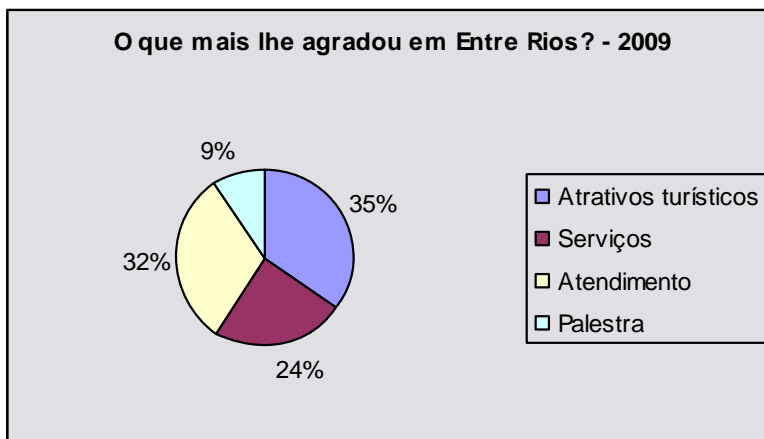


GRÁFICO 3.14 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

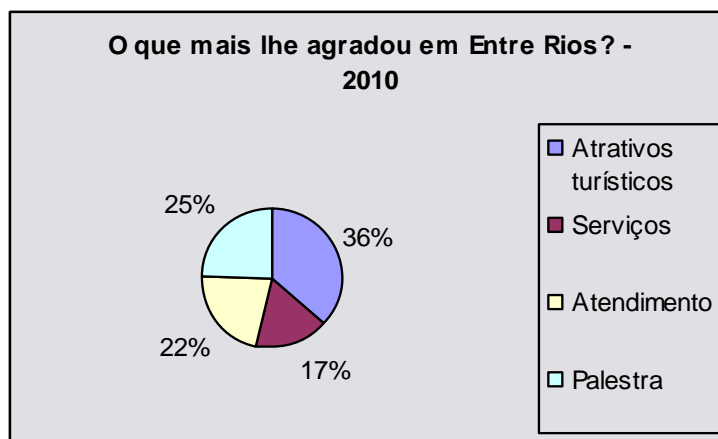


GRÁFICO 3.15 - Item 1 da Pesquisa de Satisfação do Cliente do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

A Colônia Entre Rios, como em Prudentópolis, mantém os atrativos turísticos em primeiro lugar nos três anos, 2008, 2009 e 2010, com 41%, 35% e 36% respectivamente. O atendimento mantém o segundo lugar em 2008 e 2009, com 27% e 32%, respectivamente, porém, decaí para 22% em 2010, perdendo 10% da satisfação. Em 2010 a palestra fica em segundo lugar com 25%, e nos anos de 2008 e 2009 a palestra fica em último. Os Serviços estão em terceiro lugar nos anos de 2008 e 2009, e em último em 2010, sendo que em 2009 esteve com 24% decaindo para 17% no último ano de 2010. Nesse caso ainda se tem uma preferência pelos Atrativos turísticos e pelo Atendimento, sendo que no ano de 2010 em que a palestra esteve em segundo lugar, o único grupo recebido era técnico, daí parte a questão da preferência pelo perfil do grupo. O número de turistas em 2008 foi de 226 pessoas divididas em sete grupos, sendo os mesmos grupos de Prudentópolis em 2008. Em 2009 foram dois grupos de 75 pessoas, pois os grupos que conheceram a Rota Eslavo-Germânica voltaram em 2009 para conhecer a Rota Holandesa, diminuindo o número de pessoas na Eslavo-Germânica. Em 2010 foram três grupos de 96 pessoas.

Conclui-se que os itens atrativos turísticos e atendimento foram desde 2008 até 2010, de maior preferência dos turistas, com exceção da Colônia Witmarsum. Deve-se ater à questão da palestra, pois como o tema das rotas é a Imersão em Cooperativismo a palestra torna-se essencial no sucesso das Imersões.

No quesito roteiro será apresentado também por cidades, durante os anos de 2008, 2009 e 2010, uma vez que os produtos de uma cidade à outra são diferentes, podendo ser analisadas de forma diferenciada.

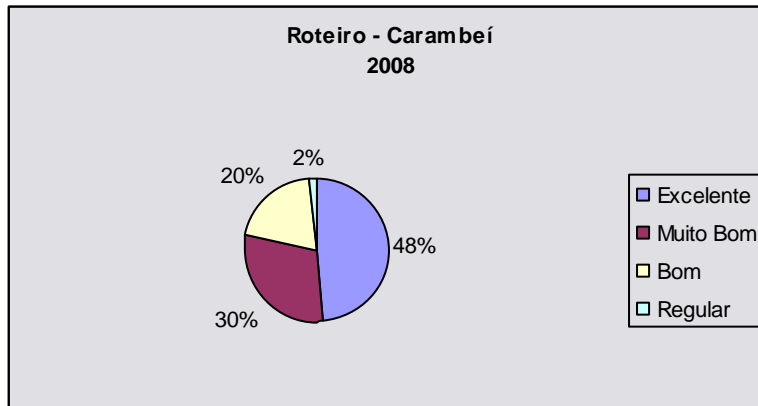


GRÁFICO 3.16 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

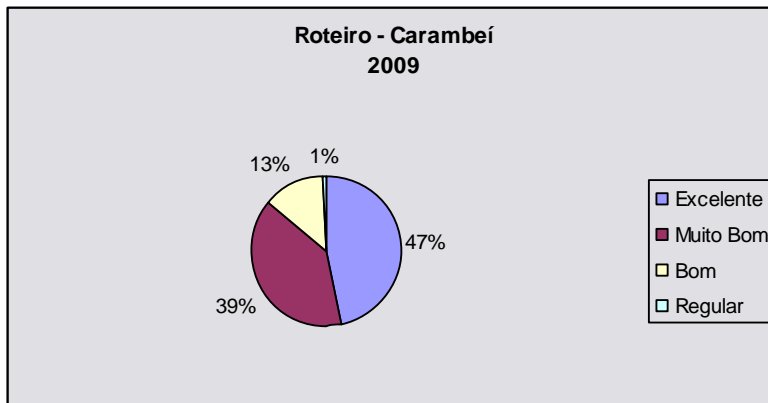


GRÁFICO 3.17 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

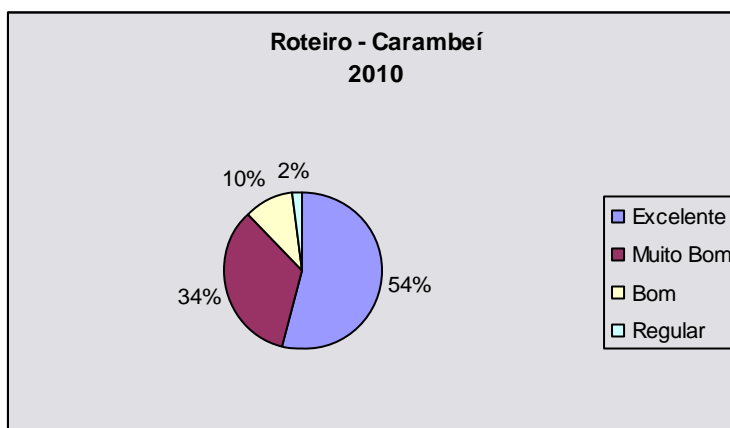


GRÁFICO 3.18 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Carambeí do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Na cidade de Carambeí, pelos gráficos apresentados, a maioria dos turistas analisa o roteiro como Excelente, sendo em 2008 uma porcentagem de 48%, em 2009 de 47% e, em 2010 de 54%. A segunda parcela de turistas analisa o roteiro como Muito Bom nos três anos, sendo em 2008, 2009 e 2010, as porcentagens de 30%, 39% e 34%, respectivamente. O nível de satisfação Bom permanece em terceiro lugar nos três anos, sendo em 2008 uma porcentagem de 20% do total de turistas durante o ano, em 2009 de 13% e, em 2010, de 10%. Ainda nos três anos aparece o nível Regular, apontando falhas no roteiro pela visão de alguns turistas. As porcentagens são baixas, ficando em 2% em 2008, baixando para 1% em 2009, e voltando a subir para 2% em 2010. Fica a questão para se pensar em modificações no roteiro em Carambeí, com base nas sugestões dos turistas, para eliminar o nível Regular das Pesquisas de Satisfação.

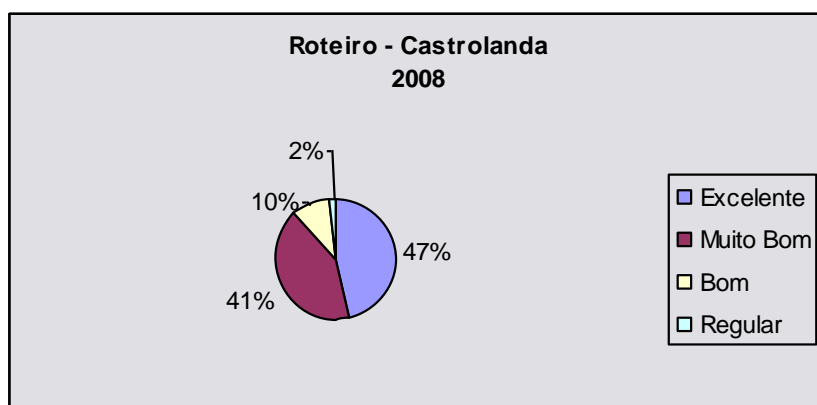


GRÁFICO 3.19 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

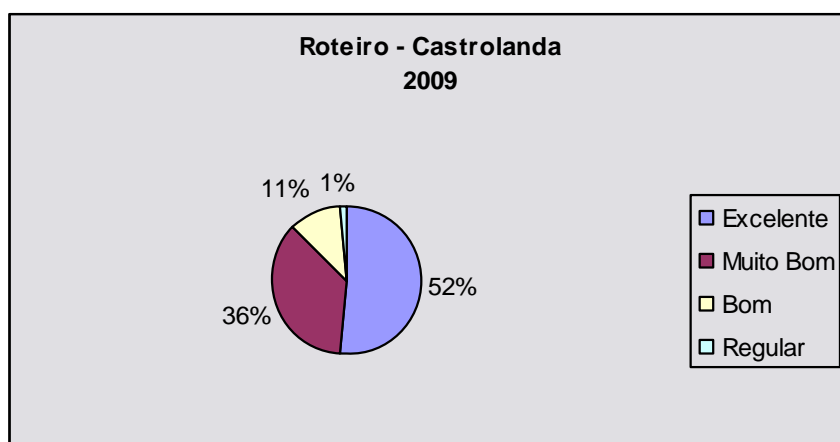


GRÁFICO 3.20 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

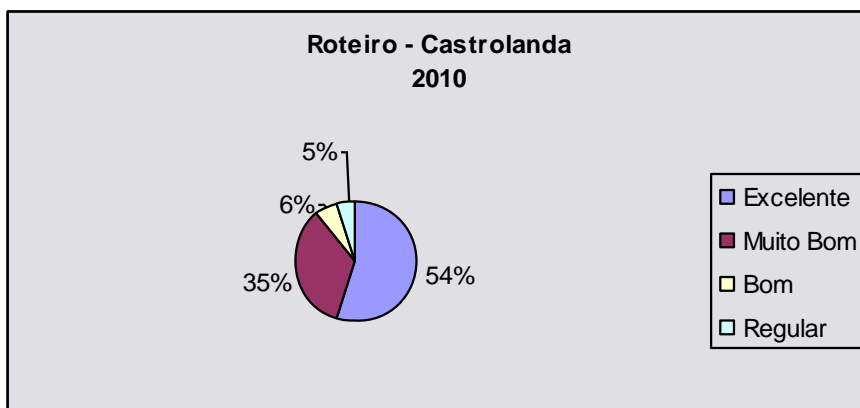


GRÁFICO 3.21 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Castrolanda do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

O nível de Satisfação em Castrolanda mantém as mesmas características da cidade de Carambeí, ficando Excelente como opção de maior porcentagem do item Roteiro, sendo 2008, 2009 e 2010 com suas respectivas porcentagens de 47%, 52% e 54%. Em segundo lugar se têm a opção Muito Bom, em 2008 ficando em 41%, em 2009 com 36% e, em 2010, com 35%. Nessas duas opções estão a maioria dos turistas nos três anos. Ainda se tem a opção Bom, em 2008, 2009 e 2010, ficando com 10% em 2008, 11% em 2009 e baixando para 6% em 2010. Encontra-se em último a opção Regular, que fica em 2% em 2008, baixando para 1% em 2009, e subindo para 5% em 2010, nesse caso, Regular ganhou maior porcentagem em 2010 do que a cidade de Carambeí, acabando por refletir no nível de satisfação da Imersão na Rota Holandesa, em que estão inclusas a cidade de Carambeí e Colônia Castrolanda.

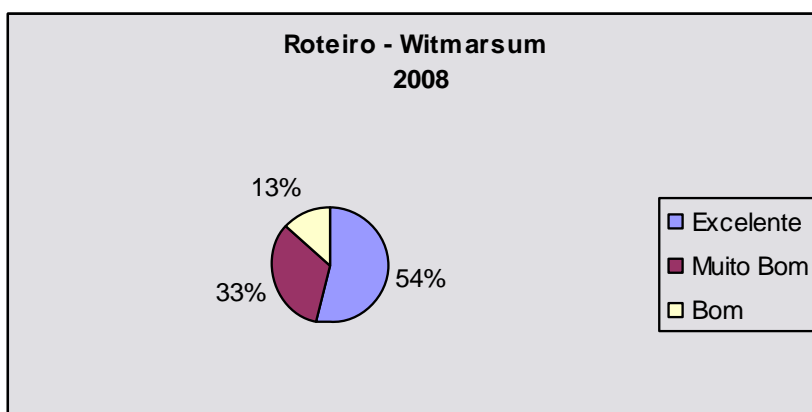


GRÁFICO 3.22 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

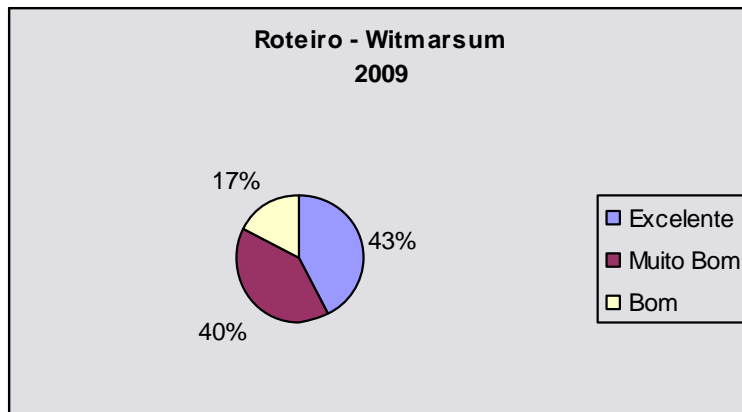


GRÁFICO 3.23 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

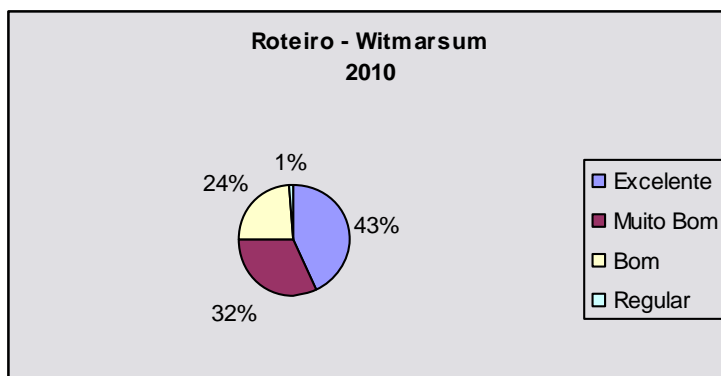


GRÁFICO 3.24 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da Colônia Witmarsum do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Na Colônia Witmarsum, nos anos de 2008 e 2009, as opções Excelente, Muito Bom e Bom estão presentes, diferente do ano de 2010, em que Regular entra também na opção dos turistas. A opção Excelente se encontra em primeiro lugar nos anos de 2008, 2009 e 2010, ficando em 54%, 40% e 43% respectivamente. A opção Muito Bom vêm em segundo lugar com 33% em 2008, subindo para 40% em 2009 e baixando para 32% em 2010. Já a opção Bom se encontra em terceiro lugar também nos três anos, com 13% em 2008, subindo para 17% em 2009, e com 24% em 2010. A diferença dos três anos em Witmarsum é que a opção Regular se encontra no ano de 2010, com uma porcentagem de 1%. Isso mostra que o roteiro na Colônia Witmarsum, na visão dos turistas, teve uma decaída no último ano, levantando a hipótese de se pesquisar em que parte do roteiro isso aconteceu.

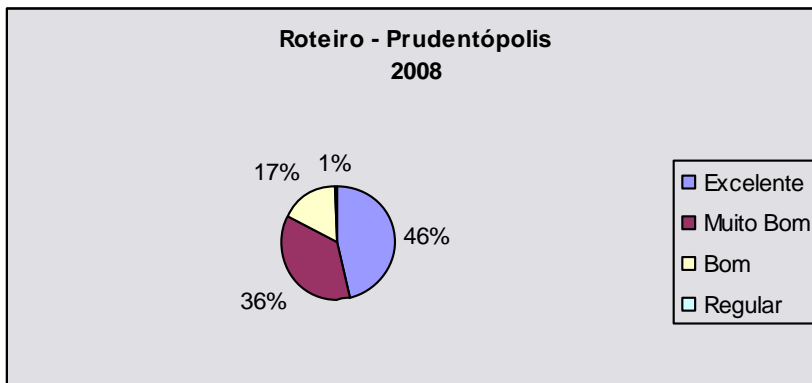


GRÁFICO 3.25 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

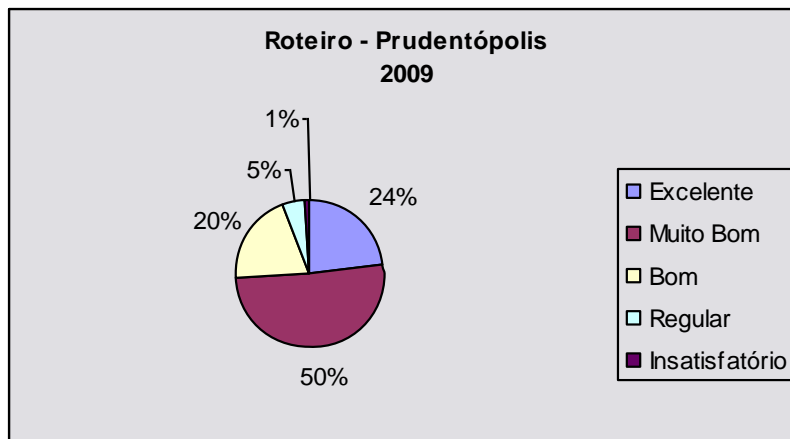


GRÁFICO 3.26 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

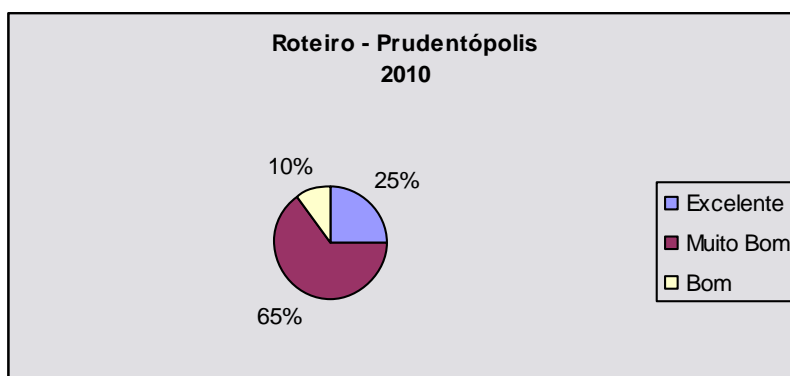


GRÁFICO 3.27 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo da cidade de Prudentópolis do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

Na cidade de Prudentópolis houve uma oscilação nos três anos. Excelente ficou em primeiro lugar em 2008 com 46%, já em 2009 em segundo lugar com 24%,

em 2010 também em segundo lugar com 25%. A opção Bom ficou em segundo lugar como opção em 2008 com 36%, nos anos de 2009 e 2010, ficou em primeiro lugar com uma alta porcentagem acima da opção Excelente, com 50% e 65%, respectivamente. Bom ainda mantém-se em terceiro lugar nos anos de 2008, 2009 e 2010, com 17%, 20% e 10%. A opção Regular aparece nos anos de 2008 e 2009, com 1% em 2008 e subindo para 5% em 2009 e, nesse mesmo ano ainda aparece a opção Insatisfatório apontando para alguma falha vista por algum grupo específico, levando em consideração que houve um aumento na opção Regular, além do nível Insatisfatório ser apontado. Em 2010 houve a participação de apenas um grupo em Prudentópolis, ficando difícil balancear os níveis de satisfação, mas se continua da forma como está a opção Excelente perde poder nesse caso para Muito Bom que termina em primeiro lugar. Por outro lado, Regular e Insatisfatório somem deste último ano, ficando o trabalho de voltar como era antes, porém, cuidar para não voltar com as falhas.

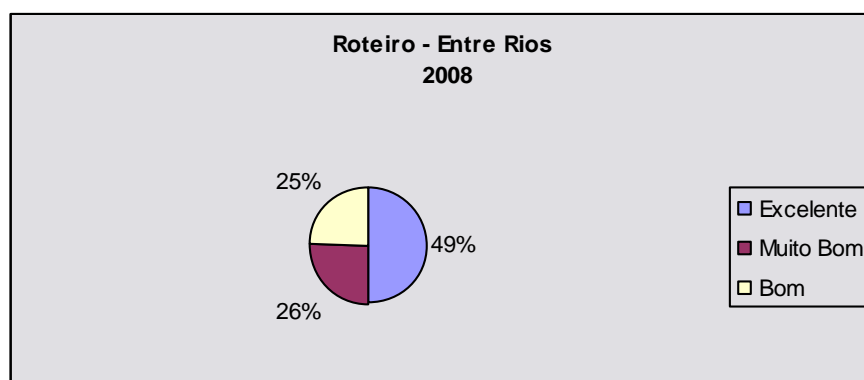


GRÁFICO 3.28 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2008

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

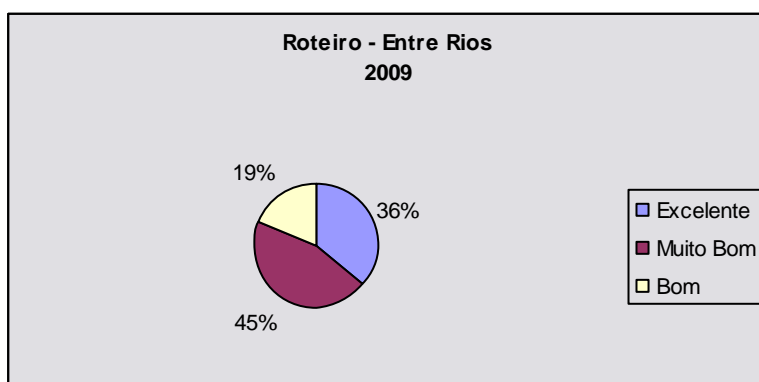


GRÁFICO 3.29 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2009

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

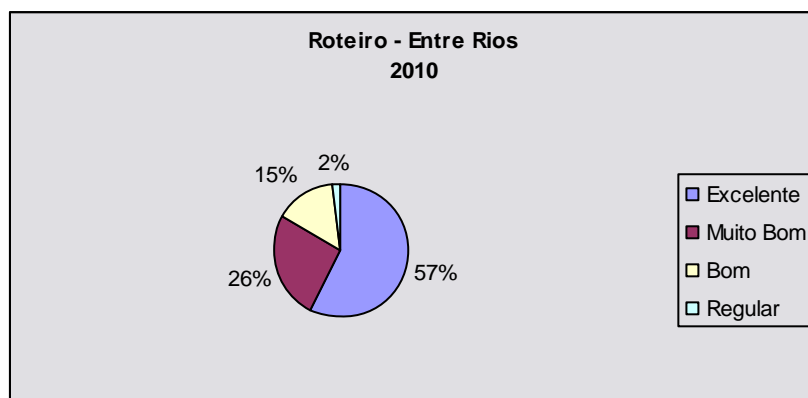


GRÁFICO 3.30 – Item Roteiro da Pesquisa de Satisfação do roteiro Imersão em Cooperativismo do Distrito de Entre Rios do ano de 2010

Fonte: COOPTUR

Notas: Dados trabalhados pela autora.

No Distrito de Entre Rios a opção Excelente no item Roteiro oscila nos três anos, ficando 2008 em primeiro lugar com 49%, em 2009 em segundo lugar com 36%, e voltando para primeiro lugar em 2010 com 57%. A opção Muito Bom também oscila, com 26% em 2008 ficando em segundo lugar, ganhando o primeiro lugar em 2009 com 45%, e voltando para segundo lugar em 2010 com 26%. Percebe-se que Excelente e Muito Bom quando oscilam trocam de lugar nas opções ficando sempre em primeiro ou em segundo, em qualquer uma das localidades. A opção Bom sempre se encontra em terceiro lugar com 25% em 2008, baixando para 19% em 2009, e ficando com 15% em 2010. A opção Regular aparece neste último ano de 2010, sendo que fica em 2% do total de turistas recebidos, como essa opção não aparece nos outros anos fica a preocupação dos turistas com o leve declínio da qualidade do roteiro no Distrito de Entre Rios.

A Imersão em Cooperativismo nas Rotas Holandesa e Eslavo-Germânica tem sido, desde o início, os roteiros que mais trazem fluxo de turistas por intermédio da Cooptur, sendo que foram em 2008 o fluxo total de 774 turistas divididos em 12 grupos, em 2009 foram 18 grupos com, no total, de 858 pessoas. Até o final do mês de julho de 2010 já foram 10 grupos totalizando 546 turistas, com grupos marcados até o mês de novembro, sendo que, com esses grupos o ano de 2010 fecha com 1154 turistas. Nesse caso de 2008 a 2009 houve um aumento de em torno de 10% no número de turistas. Para o ano de 2010, com grupos já agendados, poderá haver um aumento de 25% com relação ao ano de 2009, evidenciando o aumento no número de turistas ano após ano.

No Treinamento Vivencial em Cooperativismo também é adotada uma Pesquisa de Satisfação, com itens diferentes da Imersão em Cooperativismo, pelo motivo de envolver elementos distintos daqueles da Imersão em Cooperativismo. Os itens não serão analisados, pois o presente trabalho abordou as Imersões em Cooperativismo como pesquisa, por estarem ativas desde 2008, possuindo dados para uma análise mais aprofundada. Os quesitos de análise do Treinamento Vivencial em Cooperativismo são:

1. Organização () Excelente () Muito Bom () Bom () Regular () Insatisfatório
2. Hospedagem (mesmas opções de escolha)
3. Alimentação do hotel/cidade (mesmas opções de escolha)
4. Alimentação no treinamento (mesmas opções de escolha)
5. Atividades no treinamento (mesmas opções de escolha)
6. Segurança (mesmas opções de escolha)
7. Hospitalidade (mesmas opções de escolha)
8. Dinâmicas de grupo (mesmas opções de escolha)
9. Equipe de instrutores (mesmas opções de escolha)
10. Palestra (mesmas opções de escolha)
11. Local (mesmas opções de escolha)
12. Conteúdo do treinamento (mesmas opções de escolha)
13. Relevância do que foi apresentado (mesmas opções de escolha)
14. O treinamento atingiu suas expectativas? () Completamente () Parcialmente () Não Atingiu

O Treinamento Vivencial está sendo citado pelo seu destaque entre as cooperativas, por ser um roteiro dinâmico e, segundo os próprios grupos, serve como um exemplo de cooperativismo pela sua assimilação entre os participantes, além de trazer a questão da importância da participação dos cooperados nas suas cooperativas, evidenciada no depoimento do Diretor Presidente da Cooperativa Unimed de Curitiba Sérgio O. Ioshii, sendo a Unimed o principal cliente do Treinamento Vivencial.

Estimular e ampliar a doutrina do Cooperativismo nos sócios da Unimed Curitiba sempre foi uma das metas principais da Gestão, e com a OCEPAR e a COOPTUR pudemos transformar o sonho em realidade. As atividades

desenvolvidas pela grande parceira COOPTUR têm contribuído sobremaneira na construção de um novo cenário de atuação societária de nossos Cooperados, aproximando-os da Administração e, principalmente, da nossa Cooperativa. Temos a certeza de que a consolidação do Cooperativismo propiciada pelo Programa Conheça sua Cooperativa da Unimed Curitiba, com o apoio fundamental do Treinamento Vivencial em Prudentópolis propiciado pela COOPTUR, enaltece o espírito de união de nossos Cooperados e, especialmente, garante a colheita de um Cooperativismo cada vez mais forte e integrador na Unimed Curitiba.

No início do treinamento, em 2009, durante todo o ano contou com a participação de cinco grupos, no total de 121 pessoas, no ano de 2010, até o final do mês de julho, já contam cinco grupos, no total de 106 pessoas, sendo que os grupos vêm diminuindo de número (antes até grupo de 36 pessoas participavam do treinamento) chegando, no máximo, a 22 pessoas para a melhor qualidade e aproveitamento individual durante o treinamento.

O Sescop/PR aprova os projetos de Imersão em Cooperativismo, como também o Treinamento Vivencial em Cooperativismo dos meses de fevereiro a novembro, ou seja, nos meses de dezembro e janeiro a Cooptur praticamente para, sendo um problema para a questão financeira da empresa que, da mesma forma tem que pagar funcionários e impostos. Principalmente por essa razão os responsáveis pela Cooptur planejam novos projetos para preencher esse período em que não há fluxo de turistas, assim como aumentar o fluxo durante todo o ano.

3.3 – Cooperativa Paranaense de Turismo: novas perspectivas

Na fundação da Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) não existia um modelo de cooperativa de turismo que atuasse em vários setores do turismo (hotelaria, gastronomia, artesanato, atrativos naturais e culturais, etc.). Por esse motivo esse obstáculo é visto pelos envolvidos com a fundação da organização como principal já no início, pois a Cooptur teve de começar sua estrutura do nada, com erros e acertos.

Dentre dificuldades durante os quase seis anos de funcionamento da Cooptur, pode-se elencar por meio de questionários repassados ao Diretor-Presidente, Diretor Vice-Presidente, Diretor-Secretário, Coordenadora Geral e dois

cooperados com maior participação, como principais dificuldades atuais as seguintes:

- Buscar dependência financeira;
- Estruturar um modelo de operação para comercialização de produtos;
- Sair no mercado com novos roteiros para atingir o público final: o turista;
- Chegar ao turista;
- Maior participação, por parte dos cooperados, nos cursos oferecidos pela Cooptur;
- Desconhecimento da doutrina cooperativista por parte da maioria dos cooperados;
- Falta de interesse na participação proativa;
- Dificuldade de crescimento;
- Garantir um fluxo contínuo de turistas;

A questão da independência financeira foi apontada por três dos envolvidos com a Cooptur: o Vice-Presidente, o Diretor-Secretário e a Coordenadora Geral, sendo que essa questão está diretamente ligada com as questões sair no mercado com novos roteiros, estruturar um modelo de operação para comercialização de produtos, chegar ao turista, garantir um fluxo contínuo de turistas e por fim, a dificuldade no crescimento.

O crescimento da Cooptur está dependendo da criação de novos roteiros que atinjam os turistas convencionais do mercado turístico e para isso deve-se criar um modelo diferente daquele que se têm utilizado até hoje de prestadora de serviços a outras cooperativas. Atingindo o público final, o turista convencional, o fluxo dos roteiros se tornará contínuo.

Esse novo modelo deve ser voltado ao que o turista em geral está interessado, e fazer com que essa divulgação chegue ao turista que se pretende atingir, para isso a Cooptur passou a participar de feiras voltadas ao turismo em geral para ser vista como uma agência de viagem além da sua estrutura de Cooperativa de Turismo. Esse trabalho deve iniciar dentro da própria empresa através do site onde as pessoas estarão vendo, inicialmente, o que a Cooptur comercializa de forma mais atrativa e não institucional, como o site se encontra atualmente.

Um cuidado que se deve ter é o tamanho do marketing a se fazer dos roteiros, existindo um equilíbrio do número de pessoas que se pretende receber, levando em consideração que em cada localidade que a Cooptur atua existe um hotel familiar (no máximo dois), sendo todos com número pequeno de apartamentos,

poucos restaurantes, número baixo de artesanatos à venda, além das localidades serem pequenas. Portanto, o planejamento deve ser feito com cuidado para não acontecer o turismo de massa e com vista para as necessidades da comunidade. A solução para essa questão seria aumentar o número de cidades, sendo que existem diversas localidades no Paraná que se pode trabalhar o turismo étnico no formato que a Cooptur atua.

As questões da maior participação dos cooperados, desconhecimento da doutrina cooperativista por parte dos cooperados e falta de interesse na participação proativa estão ainda mais interligados. O não entendimento da doutrina cooperativista leva ao não entendimento dos cooperados da sua importância para a Cooptur, como donos da mesma. Levando a pensarem que a única função da cooperativa é comercializar seus produtos, sendo que a relação cooperado e cooperativa é muito mais do que isso, como se pode perceber no primeiro capítulo deste trabalho.

Sendo assim, a participação dos cooperados em Assembléias, cursos, reuniões, e outros encontros é um número baixo, e eles acabam não sabendo como a Cooptur está indo no seu desenvolvimento, quais são seus projetos, quem está sendo votado para a Diretoria Executiva, Conselho Fiscal e Administração, cargos na cooperativa que irá cuidar de todos os interesses dos cooperados. Dessa forma, todos os que não estão presentes nas Assembléias para votar são obrigados acatar as decisões dos outros que estavam presentes sem poder reclamar, pois conforme o Estatuto Social da Cooptur, os cooperados não presentes não tem direito de decisão pós-Assembléia. Hoje a Cooptur conta com setenta cooperados, com participação ativa de mais ou menos vinte nas assembléias. Isso também acontece muitas vezes não por falta de interesse por parte de alguns, mas sim porque a Cooptur têm cooperados em oito cidades diferentes, e o deslocamento acaba ficando difícil para alguns que têm seus empreendimentos nas cidades e seu funcionamento depende dele. É uma questão para se estudar uma solução.

Na questão dos cursos é mais complexo ainda, pois é um direito do cooperado que ele está se negando a exercer além da cooperativa estar investindo financeiramente, e a participação também acaba sendo pequena. Muitos deles não têm disponibilidade para ficar tanto tempo fora (os cursos da Cooptur variam de três a seis dias), e acabam perdendo a oportunidade de se qualificar. A sua participação traria benefícios à ele diretamente, através da sua qualificação para melhorar o seu

produto ou empreendimento, e indiretamente para a Cooptur que estaria melhorando os produtos dos seus roteiros, para melhorar a satisfação do cliente.

Com relação a melhorar a aproximação do cooperado com a cooperativa, algumas soluções já utilizadas são apontadas pelo Diretor Vice-Presidente:

Desde o início os cooperados são comunicados sobre o trabalho e as ações da Cooptur através de mensagens eletrônicas e boletins informativos para mantê-los em contato permanente, divulgando as boas práticas de alguns cooperados, eventos turísticos e outras iniciativas. Anualmente todos são convocados para a Assembléia Geral Ordinária, que é o órgão supremo da Cooptur, onde todos têm o direito de manifestar suas opiniões sobre os resultados e rumos futuros da cooperativa, decidindo em conjunto os destinos da Cooptur. A Cooptur também realiza anualmente um encontro de turismo cooperativo, convidando os cooperados para discutir assuntos pertinentes à Cooptur, palestras técnicas e motivacionais, finalizando com uma confraternização (Diretor Vice-Presidente – 2008 -2012).

As ações acima relatadas têm melhorado a participação dos cooperados, sendo que nas Assembléias o número de participantes vem aumentando a cada ano. Os cooperados que mais tiveram participação ativa desde o início são aqueles envolvidos com as cooperativas de produção da sua região, por já terem essa carga de conhecimento do cooperativismo trazida de lá. Os cooperados passivos são empreendedores de turismo que têm uma visão do negócio turismo, mas não cooperativista, portanto, precisam entender o que é o cooperativismo e suas doutrinas para valorizar a sua própria participação. Esses cooperados acabam sendo incentivados pelos primeiros, o que transforma a relação dentro da cooperativa em uma relação conjunta e de confiança entre eles. Um dos cooperados, associado desde 2008, que têm sua participação ativa em todas as assembléias, reuniões e cursos ofertados pela Cooptur, afirma a importância disso através do seu depoimento.

Desde o momento em que me associei até a presente data, participo ativamente da cooperativa e vejo que cada vez mais há um potencial de crescimento e a organização está cumprindo cada vez mais o seu papel. Há realmente um longo caminho a ser trilhado e o sucesso virá na medida em que houver uma participação mais efetiva dos associados e da gestão cada vez mais profissional do negócio (Cooperado da cidade da Lapa – PR).

O cooperado ainda afirma que para seus negócios tem sido uma forma de consultoria de qualidade prestada pela Cooptur, pois nas avaliações passadas no final dos roteiros ele pode ver o que precisa melhorar, e deixar seu produto cada vez melhor.

Sendo assim, a participação dos cooperados está diretamente ligada ao desenvolvimento da Cooptur, no sentido em que os cooperados são os principais responsáveis pelo desenvolvimento da organização, pois a atratividade dos roteiros da Cooptur depende do interesse em melhorias por parte dos empreendedores que são os cooperados, além da criatividade dos mesmos para criar novos produtos e roteiros.

Um dos problemas atuais e que será de difícil solução, é a questão dos empreendimentos não comercializarem a comida típica para poucas pessoas, pois só oferecem para grupos com mais de vinte ou vinte e cinco pessoas. Isso acontece porque, segundo os empreendedores, a gastronomia típica é uma alimentação de custo elevado pelos seus ingredientes, e que para fazer em pequena quantidade não compensaria os gastos. Além de alguns produtos nem possuem empreendimentos, pois alugam um local para atender os grupos da Cooptur.

Outra questão é que alguns locais só abrem para atender a grupos com pré-reserva, como alguns artesanatos, grupos folclóricos que se apresentam mediante a reserva da Cooptur, etc. Isso é um problema no sentido de que os turistas vêem o produto ou atrativo no site e vão até lá para visitar, e não irão encontrar. Mesmo que fique claro que é um roteiro comercializado pela Cooptur mediante reserva, existem casais e famílias que gostariam de visitar o roteiro individualmente, e isso trará uma impressão ruim do local, e talvez até da empresa que está divulgando.

É óbvio que os grupos folclóricos não ficariam o dia todo esperando por um turista e a comida típica muito menos, pois é algo não perecível e só daria prejuízo caso não apareça nenhum turista, mas artesanatos e museus em alguns locais permanecem fechados, e seriam duas opções para se manterem abertos prontos para receberem turistas. Esse ainda é um problema que precisa ser estudado e analisado em outra situação, com uma pesquisa mais voltada aos empreendedores, que traga uma solução com benefícios para todas as partes envolvidas.

Os produtos, informações das cidades, roteiros comercializados, dentre outras informações estão disponíveis no site institucional da Cooptur, outra questão que precisa ser modificada para a comercialização geral dos roteiros, pois o site tem um caráter institucional e precisa ser mais atrativo ao público em geral, sendo que a primeira idéia que se tem de uma localidade é por meio do site da agência que comercializa, é a primeira imagem a ser vendida. Os produtos que são abertos somente sob reserva estão inscritos no site.

Para a maior visibilidade da marca da empresa há a possibilidade de cada empreendimento manter um selo da organização, mostrando que o empreendimento que possui o selo é um dos associados a Cooptur, como já acontece na Rota dos Tropeiros.

O funcionamento atual da Cooptur como uma cooperativa ocorre por meio de normas inscritas no Estatuto Social e Regimento Interno, sendo que os dois foram elaborados pela Diretoria Executiva em conjunto com os cooperados. O Regimento Interno é atualizado todos os anos considerando as atuais necessidades da cooperativa e dos envolvidos com a mesma. Sua última atualização foi em março de 2010, sendo que as alterações são aprovadas ou não pelos cooperados presentes na Assembléia Geral Ordinária, reforçando mais uma vez a participação deles.

Todas as normas do Regimento Interno seguem os “Princípios do Cooperativismo”, a “Carta de Princípios do Turismo Cooperativo” e o “Código Mundial de Ética do Turismo”. Todos os cooperados têm o conhecimento e acesso às normas que regem a cooperativa, onde estão presentes os seus direitos e deveres como cooperado e o funcionamento atual da Cooptur. O Regimento Interno é composto de 12 normas. São elas:

- Norma 1: Critérios técnicos para adesão, que seriam:
 1. A empresa deve existir juridicamente e ser cadastrada no Ministério do Turismo;
 2. Registro na ABETA para empresas de Turismo de Aventura;
 3. Adesões de pessoas físicas somente se forem proprietários rurais, condutores, guias, artesãos, representantes de grupos culturais;
 4. Estar na área de atuação da Cooptur (turismo ou cooperativismo);
 5. Ter padrões mínimos de qualidade exigidos pela Cooptur, mediante visita de um representante autorizado da Cooptur para avaliação;
 6. Assinatura de um termo ciente que a sua adesão à Cooptur não garante fluxo turístico;
 7. Capacitar-se em cooperativismo.

O número seis existe justamente pela questão da preferência do cliente, para o cooperado entender que precisa estar melhorando e se diferenciando para receber clientes. Principalmente porque a maioria dos representantes de

cooperativas que organizam as viagens para os roteiros de Imersão em Cooperativismo conhecem os roteiros e já têm a possibilidade de escolher o que acha melhor para o seu grupo. Se ele achar que determinado produto ainda não está pronto para receber visitantes não irá pensar duas vezes em escolher outra opção.

A norma 1 traz o perfil dos cooperados da Cooptur, sendo que as principais preocupações da mesma com os padrões mínimos de adesão estão resumidas nesta norma para evitar futuros problemas.

- Norma 2: Processo Eleitoral – Referente as regras de eleição de representantes da Cooptur, sendo eles os Diretores Executivos, Conselho Fiscal e de Administração.
- Norma 3: Respeitar a legislação vigente, as comunidades, culturais locais e o meio ambiente – Referentes à atitude sustentável nas comunidades.
- Norma 4: Divulgação, propaganda e marketing – Referente a divulgação dos produtos turísticos e empreendimentos dos cooperados.
- Norma 5: Produtos, serviços turísticos e Roteiros – Todas as questões referentes ao título da norma.
- Norma 6: Apoio Técnico – Referente ao apoio e consultoria prestada aos cooperados quanto ao seu empreendimento ou produto turístico.
- Norma 7: Comercialização – O direito exclusivo de comercialização dos roteiros formatados pela Cooptur.
- Norma 8: Qualidade e segurança – Requisitos de qualidade e segurança que deverão ser seguidos pelos cooperados em seus produtos ou serviços.
- Norma 9: Condutores locais – Tudo referente aos condutores: modo de se vestir, falar, agir em diversas situações, capacitação, responsabilidade diante do turista, ou seja, deveres e também direitos do condutor.
- Norma 10: Funcionamento da cooperativa e comunicação – Referentes a todo tipo de comunicação entre funcionários, cooperados, diretores, etc. fora e dentro da agência receptiva da Cooptur, além do seu funcionamento e funções dos funcionários.
- Norma 11: Pagamentos a cooperados e despesas da diretoria – Referente à questão de todos os tipos de pagamentos e despesas com cooperados e Diretores.

- Norma 12: Sanções e penalidades – Referentes a penalidades de ações erradas por parte dos envolvidos com a Cooptur, que prejudique a mesma.

A Cooptur trabalha hoje (2010) no sentido de comercializar novos roteiros aproveitando os produtos e localidades que já estão em suas mãos. Um deles é o “Aventura em Prudentópolis”, que consiste em um roteiro que passa por algumas cachoeiras de Prudentópolis, incluindo toda a recepção e refeições, outro, ainda em fase de testes, é um Vivencial em área natural no formato de treinamento empresarial, voltado para qualquer tipo de empresa, que se pretende lançar em 2011. Além desses, há a possibilidade de trabalhar com outras cidades aonde a Cooptur ainda não atua.

É importante, nesse caso, deixar bem claro que a pretensão da Cooptur é atingir o turista convencional, ou seja, aqueles turistas que não são somente de cooperativas à procura das Imersões em Cooperativismo. O objetivo é aumentar o número de ofertas para esse mercado convencional á procura de novos produtos turísticos e continuar atendendo e desenvolvendo produtos para o público das Imersões em Cooperativismo, sendo que esses foram o principal motivo da sobrevivência da Cooptur desde o início.

Os roteiros de Imersão em Cooperativismo já são comercializados como Rota Holandesa e Rota Eslavo-Germânica somente no sentido cultural, em que não envolve a parte das visitas e palestras das cooperativas. Grupos do SESC, vindos de estados como Santa Catarina e São Paulo e da Agência de turismo Richter de Santa Catarina são exemplos de organizações que já conhecem os roteiros culturais e enviam turistas todos os anos desde o ano de 2008.

Outros projetos que estão em prática na Cooptur é a questão do recebimento de turistas argentinos para conhecer as cooperativas do Paraná, e outro é cooperativas do Paraná visitando cooperativas de outros estados, como Santa Catarina e Rio Grande do Sul, fazendo a intercooperação entre estados. Nos dois casos as rotas, tanto fora da área de atuação da Cooptur no Paraná como em outros estados, a Cooptur opera a rotas do início ao fim.

CONCLUSÃO

O cooperativismo brasileiro é adotado em 13 setores da economia nacional, e vêm trazendo resultados positivos para todos eles, nos moldes em que é adotado. No setor do turismo, ainda recente no cooperativismo do Brasil, não foi diferente, no sentido que vêm trazendo vantagens para as regiões, os empreendedores e aqueles envolvidos no processo.

A parceria feita entre a Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (OCEPAR), o Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP) e a Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) demonstrou que a junção entre cooperativismo e turismo pode dar certo, contanto que haja participação dos cooperados e o seguimento das doutrinas conforme elas são aplicadas.

A fundação da Cooperativa Paranaense de Turismo teve como objetivo o treinamento das pessoas envolvidas com cooperativas de diversos setores do estado do Paraná, em que esse treinamento, por meio do SESCOOP, viria para disseminar os princípios do cooperativismo. Esse objetivo inicial, conseqüentemente, favoreceu os proprietários de estabelecimentos de alimentação, hotéis, atrativos e produtos turísticos das regiões, enfim, todos aqueles estabelecimentos que poderiam servir aos turistas, além da cultura étnica que passou a ser conhecida e valorizada por cada vez mais pessoas.

O resultado da união cooperativismo e turismo e as ações para o desenvolvimento turístico das regiões foi a formatação dos roteiros de Imersão em Cooperativismo, que traz o turismo por meio da cultura dos imigrantes e descendentes e o cooperativismo por meio de palestras e visitas às cooperativas e, posteriormente, a criação do Treinamento Vivencial em Cooperativismo sendo os roteiros com maior fluxo de turistas, tendo um aumento de 25% desde a sua criação em 2008 até o ano de 2010.

Esse aumento na procura pelos roteiros da Cooptur evidencia que os mesmos vêm se fortalecendo e sendo conhecidos por cada vez mais clientes, conforme indicam as pesquisas realizadas. Outra questão são os níveis de satisfação que apontam a maior porcentagem de preferência dos turistas para os atrativos turísticos e atendimento das regiões, evidenciando a boa estruturação dos atrativos e a qualificação das pessoas envolvidas com o atendimento, problema

inicial na formação dos roteiros, resolvido com cursos voltados ao atendimento ao cliente.

Apesar dos níveis de satisfação estarem, em maior número, se destacando nos Atrativos turísticos e Atendimento, em alguns roteiros o atendimento teve uma queda ficando em terceiro lugar. Se isso ocorreu é porque algo negativo foi percebido pelos turistas. O perfeito equilíbrio entre Atrativos turísticos, Atendimento, Serviços e Palestra acontecerá quando cada item estiver com 25% cada, ou pelo menos próximo a isso, pois haverá um nível de satisfação igualitário nos quatro itens, evidenciando a boa qualidade do roteiro em todos eles.

O critério de comercialização de roteiros turísticos utilizado pela Cooperativa de Turismo que une os setores do turismo e cooperativismo, apresentado neste trabalho, foi aceito pela comunidade e pelos clientes trazendo o entendimento entre essas duas partes envolvidas, deixando a comunidade orgulhosa do sistema de trabalho em que elas estão inseridas desde o início da fundação da colônia.

O incentivo à preparação do turismo para receber os turistas parte desse orgulho, sabendo a comunidade que estes turistas estão lá para conhecer todo o sistema deles e não somente por interesse do consumo turístico. Essa questão acaba criando, entre comunidade e turista, uma relação mais próxima e diferente daquela vista na maioria das localidades turísticas, onde o visitante está ali para ver e a comunidade para ser vista. A relação da Imersão em Cooperativismo é de igual para igual, que somente o cooperativismo é capaz de criar, afinal, os dois lados estão inseridos nesse sistema e são capazes de trocar experiências vindas desse cooperativismo.

A deficiência na estrutura da Cooperativa de Turismo encontra-se na sua divulgação, pois poucas pessoas envolvidas com o turismo e até mesmo com o cooperativismo conhecem o trabalho da cooperativa. Isso pode estar acontecendo devido às falhas na estratégia de marketing da empresa que não está conseguindo chegar ao seu público de interesse. Seus roteiros acabam sendo conhecidos por aqueles que já os percorreram ou por indicação dos mesmos, porém, ainda é limitado o número de pessoas que procuram a empresa por conta de algum tipo de divulgação partindo da mesma.

As regiões de atuação da Cooptur nas Imersões em Cooperativismo tinham a movimentação turística, porém, em baixa escala, sem organização estratégica e nunca inseridas em roteiros turísticos e unidas em rotas. Todas essas questões

foram organizadas pela Cooptur, desde os roteiros elaborados em cada região unindo todos os produtos e atrativos turísticos presentes, até a união das regiões para a elaboração das rotas em estudo neste trabalho.

A comercialização das regiões passou a ser feita por meios mais organizados divulgando-as às cooperativas pelo site, e-mail e telefone de contato da Cooperativa de Turismo. Ou seja, com a organização inicial dos roteiros, depois a elaboração das rotas e, por fim, a sua divulgação trouxe às regiões a chance de serem vistas com mais clareza e planejamento pelos futuros turistas, algo que mesmo com a movimentação turística antes da Cooptur, não era possível.

O principal foco atual da Cooperativa Paranaense de Turismo é a busca de uma nova demanda turística que aumente o fluxo turístico das rotas. Durante os anos de funcionamento sua principal clientela têm sido as cooperativas que percorreram a Imersão em Cooperativismo, hoje seu esforço de marketing está voltado ao “turista convencional”, que seria aquele turista que não vem por intermédio do Sescop e sim por interesse próprio na parte turística das regiões.

Para chegar a esse turista estão sendo elaboradas novas rotas que tenham um apelo turístico e não cooperativista como na Imersão. Chamar a atenção desse turista ocorrerá a médio prazo, pois esse foco é algo que foi iniciado a pouco tempo. As Imersões em Cooperativismo são importantes nesse caso para mostrar a organização das rotas, pois é o único exemplo que a Cooperativa de Turismo pode mostrar a esses “turistas convencionais” para aumentar o fluxo turístico nas regiões.

REFERÊNCIAS

ANTONELLI, D. **Marcas étnico-culturais russas nas páginas de um livro-reportagem**. Disponível em: <<http://www.encipecom.metodista.br>>. Acesso em: 15 julh. 2010.

ANTONIALLI, L. **Influência da mudança de gestão nas estratégias de uma cooperativa agropecuária**. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 16 julh. 2010.

ASSUMPÇÃO, Z; GADINI, S. A cultura ucraniana na radiodifusão paranaense: folclore e expressão midiática da cultura dos grupos étnicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte, **Anais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Belo Horizonte: UFBH, 2003. p. 41-59.

BAHL, M. **Fatores ponderáveis no turismo: sociais, culturais e políticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

_____. **Legados étnicos e oferta turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 1995.

_____. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. São Paulo: Papirus, 2000.

CARDOZO, P. F. Considerações preliminares sobre produto turístico étnico. **Pasos: Revista de turismo y patrimônio cultural**. Canárias, v.4, n.02, p. 143-152, jan. 2006.

COOPERATIVA AGRÁRIA. **Fotos Históricas**. Disponível em: <<http://www.agraria.com.br>>. Acesso em: 15 julh. 2010.

_____. **Relatório anual de 2008**. Disponível em: <<http://www.agraria.com.br>>. Acesso em: 15 julh. 2010.

COOPERATIVA PARANAENSE DE TURISMO. Disponível em: <<http://www.cooptur.coop.br>> . Acesso em: 15 julh. 2010.

CORDEIRO, S. A educação holandesa em Carambeí – Paraná. **Revista Histedbr On line**. Campinas, n.21, p.121-130, jun. 2006.

CORDEIRO, S.; NASCIMENTO, M. **Escola evangélica: uma instituição educacional da imigração holandesa na região dos Campos Gerais do Paraná**. Disponível em: <<http://revista.uepg.br>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

DENCKER, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIÉGUES, M. **Etnias e culturas no Brasil**. Rio de Janeiro: Bibliex, 1980.

DUCK, E. **Witmarsum, uma comunidade trilingue: Plautdietsch, Hochdeutsch e Português**. 2005, 152 f. Dissertação (Mestrado em lingüística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

GASTAL, S. Turismo e cultura: por uma relação sem diletantismos. In:_____. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer**. 1. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

GRUNEWALD, R. **Turismo e etnicidade**. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

_____. Turismo e o “resgate” da cultura pataxó. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer**. 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p.134-146.

HAURESKO, C. A organização sócio-espacial das famílias de Ucrâino- Brasileiros em comunidades rurais do município de Prudentópolis – PR. **Revista Guairacá**. Guarapuava, n.18, p.61-70, jan.2002.

História. **Cooperativa Agrária Mista de Entre Rios Ltda**. Disponível em: <<http://www.agraria.com.br>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

_____. **Cooperativa Agrícola Mista Prudentópolis Ltda**. Disponível em: <<http://www.camp.coop.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Cooperativa Agroindustrial Batavo**. Disponível em: <<http://www.batavo.coop.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Cooperativa Agropecuária Arapoti Ltda**. Disponível em: <<http://www.capal.coop.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Cooperativa Castrolanda**. Disponível em: <<http://www.castrolanda.com.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum Ltda**. Disponível em: <<http://www.witmarsum.coop.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Prefeitura Municipal de Arapoti**. Disponível em: <<http://www.arapoti.pr.gov.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Prefeitura Municipal de Carambeí**. Disponível em: <<http://www.carambei.pr.gov.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

_____. **Prefeitura Municipal de Prudentópolis**. Disponível em: <<http://www.prudentopolis.pr.gov.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

KOHLHEPP, G. **Espaço e etnia**. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 16 julh. 2010.

LIMA, J. C. O trabalho autogestionário em Cooperativas de produção: o paradigma revisitado. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Paraíba, v.19, n.56, p. 45-62, julh. 2004.

LÓPES, T. Rotas nacionais: fragmentando os roteiros turísticos sobre Ouro preto. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer** 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p. 66-78.

LUBACHEVSKI, J. **A semiótica na análise dos marcos referenciais, do planejamento urbano e da cultura ucraniana: o caso de Prudentópolis – PR**. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

MOESCH, M. O saber-fazer turístico: possibilidades e limites de superação. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer** 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p. 20-32.

MASKE, W. **A gênese da escola menonita no Brasil**. Disponível em: <<http://www.pucpr.edu.br.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

MIELKE, E. Cooperativas de Turismo: Uma estratégia ao desenvolvimento turístico integrado – Análise do Roteiro dos Imigrantes. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v.4, n.1, p.92-111, abr. 2010.

OLIVEIRA, D. Turismo de consumo: a quarta geração turística. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer** 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p. 90-113.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS. **Histórico do Cooperativismo**. Disponível em <<http://www.ocb.org.br>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO ESTADO DO PARANÁ. As cooperativas e o desenvolvimento econômico e social do Paraná. **Revista Sistema Ocepar**. Curitiba, 2. ed., 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO ESTADO DO PARANÁ. **Histórico do cooperativismo paranaense**. Disponível em: <<http://www.ocepar.org.br>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

PARQUE HISTÓRICO DE CARAMBÉÍ. Disponível em: <<http://www.parquehistoricodecarambei.com.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

PERIUS, V. **Problemas estruturais do Cooperativismo**. Rio Grande do Sul: OCERGS, 1983.

PIMENTEL, R. **Princípios Cooperativistas**. São Paulo: INCRA, 1977.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAMBÉÍ. **Fotos Históricas**. Disponível em: <<http://www.carambei.pr.gov.br>>. Acesso em: 20 julh. 2010.

RAMOS, F. O. **Ilhas cercadas por “quase” todos os lados?: ucranianos, poloneses e brasileiros em Prudentópolis.** Disponível em: <<http://www.facef.br>>. Acesso em: 14 julh. 2010.

RIBEIRO, N. E. C. et al. A evolução histórica do cooperativismo. **Revista de Ciências Empresariais.** Maringá, v.4, n.1, p.35-42, jan/jun. 2007.

RICKLI, F.J. Religião e parentesco na Colônia Castrolanda. **Revista de Antropologia.** São Paulo, v.47, n.2, p.23-32, julh/dez. 2004.

SAHR, W.; LOWEN SAHR, C. L. **Menonitas brasileiros às margens do mundo nacional: um estudo de geografia social e cultural.** Curitiba: UFPR, 2000.

SAVOLDI, A. A reconstrução da italianidade no Sul do estado de Santa Catarina. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber fazer** 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2002, p. 90-113.

SEBRAE. **Diferenças entre cooperativa e associação.** Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

SNÓZ, M. J.; HERSEN, A. **A representatividade do cooperativismo, em termos de emprego, para o município de Guarapuava – o caso da Cooperativa Agrária Mista de Entre Rios Ltda.** Disponível em: <<http://www.agraria.com.br>>. Acesso em: 14 julh. 2010.

STEIN, M. Memórias de uma diáspora: relatos de refugiados da Segunda Guerra Mundial. **Revista Espaço Plural.** São Paulo, v.9, n.19, p.49-57, ago.2008.

TEIXEIRA, C. J. Memórias suábicas: o processo de colonização em Entre Rios – PR **Revista Percorso – Nemo.** Maringá, v.2, n.1, p.03-24, jun. 2010.

ZYLBERSTJAN, D. **Quatro estratégias fundamentais para cooperativas agrícolas.** Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/wpapers>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

APÊNDICE A – Questionários de coleta de dados

Modelo I – Aplicado aos diretores

Por favor, responda esse questionário para coleta de informações a respeito da Cooperativa Paranaense de Turismo, para o Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Aline Daiane Monteiro pela Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Nome: _____

Cidade/colônia: _____

Cooperativa: _____

Cargo: _____

1. Como surgiu a idéia da criação da Cooperativa de Turismo?

2. Na sua visão, como aliar turismo e cooperativismo?

3. Qual a importância dessa união?

4. E a importância dessa união nas cidades onde a Cooptur atua?

5. Quais foram as principais dificuldades no início da fundação da Cooptur? E hoje?

6. Desde a fundação o que você vê de diferente entre o início e hoje?

7. O que as cidades em que a Cooptur trabalha têm a oferecer turisticamente?

8. De que forma vocês tentam a aproximação dos seus cooperados com a Cooptur?

9. Resuma em cinco linhas a Cooperativa Paranaense de Turismo, baseada na sua experiência com a mesma.

Modelo II – Aplicado aos cooperados

Por favor, responda esse questionário para coleta de informações a respeito da Cooperativa Paranaense de Turismo, para o Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Aline Daiane Monteiro pela Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Nome: _____

Cidade/colônia: _____

Função na cooperativa de turismo: _____

1. Porque você decidiu se cooperar á Cooptur?

2. Foi um convite que partiu de alguém? Quem?

3. Quais foram as principais dificuldades da Cooptur na sua fundação? E qual a sua visão da Cooptur no início e hoje?

4. O que você acha do funcionamento atual da Cooptur

5. Na sua visão de cooperado, precisa mudar algo desse funcionamento? O que?

6. E para os empreendimentos da sua região, o que você pensa que precisa modificar para ficar cada vez melhor para os clientes?

7. E no turismo? O que mudou desde que a Cooptur trabalha na sua região?

8. Você acha importante a união Cooperativismo e Turismo para a sua região? Porque?

9. Descreva o que a sua região tem a oferecer turisticamente.

ANEXO A – Pesquisas de Satisfação aplicadas nos roteiros de Imersão em Cooperativismo

Modelo I – Pesquisa de Satisfação aplicada na Imersão em Cooperativismo

PESQUISA DE SATISFAÇÃO COOPTUR

Por favor, preencha este questionário para podermos atender cada vez melhor:

O que mais lhe agradou em ... (ENTRE RIOS, WITMARSUM, PRUDENTÓPOLIS, CASTROLANDA, CARAMBEÍ)?

() Atrativos turísticos () Serviços () Atendimento () Palestra

Índice de Satisfação	Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Insatisfatório
Organização					
Alimentação					
Hospedagem					
Apresentação cultural					
Hospitalidade					
Preservação da cultura local					
Condutor de turismo (guia local)					
Produtos Típicos					
Roteiro					
Palestra					
Palestrante					

- Sugestões/ Críticas

- Possibilidade de retorno () Sim () Não

A COOPTUR agradece a sua atenção!!!

Modelo II – Pesquisa de Satisfação aplicada no Treinamento Vivencial em Cooperativismo

PESQUISA DE SATISFAÇÃO COOPTUR

Por favor, preencha este questionário para podermos atender cada vez melhor:

Índice de Satisfação	Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Insatisfatório
Organização					
Hospedagem					
Alimentação no hotel/cidade					
Alimentação no treinamento					
Atividades no treinamento					
Segurança					
Hospitalidade					
Dinâmicas de grupo					
Equipe de instrutores					
Palestra					
Local					
Conteúdo do treinamento					
Relevância do que foi apresentado					

- Sugestões/ Críticas

- O treinamento atingiu suas expectativas? () Completamente
() Parcialmente
() Não Atingiu

A COOPTUR agradece a sua atenção!!!