

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

KELY CRISTINA KOBINSKI

EVENTOS ESPORTIVOS: CAMINHADAS INTERNACIONAIS DA NATUREZA-UM
ESTUDO DE CASO NA COLÔNIA TERRA NOVA – CASTRO/PR

PONTA GROSSA

2017

KELY CRISTINA KOBINSKI

EVENTOS ESPORTIVOS: CAMINHADAS INTERNACIONAIS DA NATUREZA-UM
ESTUDO DE CASO NA COLÔNIA TERRA NOVA – CASTRO/PR

Trabalho de conclusão de curso
apresentado para obtenção de título de
bacharel em Turismo na Universidade
Estadual de Ponta Grossa

Orientadora: Prof.^a Dra. Rubia Gisele
Tramontin Mascarenhas

PONTA GROSSA

2017

*Para Flavio Pinheiro e Silva
Meu marido e incentivador,
Companheiro de uma vida.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, que com sua divina sabedoria me ajudou a traçar meus caminhos.

A minha mãe, que com seu jeitinho me ajudou a chegar até aqui.

Ao meu querido pai que onde quer que esteja sempre está nos meus pensamentos.

Aos meus filhos Victor e Mariana que são a razão para lutar todos os dias.

A minha irmã Cleusa que me ajudou com sua dedicação de tia.

A Prof. Dr. Rubia Gisele Tramontin Mascarenhas, por sua dedicação nestes momentos finais, e por não ter desistido.

A Prof. Dr. Valeria de Meira Albach, pelo incentivo no começo do projeto.

Ao Prof. Dr. Luis Fernando Souza, que com seu enorme sorriso e bom humor me motivou a assistir as aulas todos os dias.

A Secretaria de Comércio, Indústria e Turismo de Castro pelas informações fornecidas sempre com maior solicitude possível.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 EVENTOS	8
3 EVENTOS ESPORTIVOS.....	11
3.1 AS CAMINHADAS NA NATUREZA.....	13
4. A ENTIDADE ANDA BRASIL.....	18
5 A CIDADE DE CASTRO	21
5.1 A COLONIA TERRA NOVA	25
6 ANÁLISE DA CAMINHADA DA COLÔNIA TERRA NOVA.....	29
6.1 PERFIS DOS PARTICIPANTES DA 2ª CAMINHADA INTERNACIONAL NA NATUREZA	34
6.2 PERCEPÇÕES EM RELAÇÃO À COLÔNIA TERRA NOVAS E AO EVENTO.....	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS	44
APÊNDICE A – Questionário de coleta de dados	47

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é uma análise os eventos esportivos realizados em áreas rurais buscando associar a realização do evento com o desenvolvimento do Turismo Rural sustentável. Como base para esta análise, será a realização da 2ª Caminhada Internacional da Natureza, sendo especificamente um estudo de caso na Colônia Terra Nova- Castro- PR. Trazendo a discussão em apontar pontos positivos para o desenvolvimento local.

Segundo Moletta (2002, p.10) “o turismo rural reserva aos interessados oportunidades de interação e integração com o meio rural produtivo, sendo uma nova forma de usufruir as férias ou aproveitar o tempo livre”.

As caminhadas na natureza que acontecem dentro do cenário das propriedades rurais têm como objetivo de desenvolver o turismo responsável, e a melhoria da qualidade de vida, visando o fortalecimento da agricultura familiar. (ANDA BRASIL, 2006).

Nos anos de 1970, tiveram início no Brasil as promoções de grande participação esportiva popular (corridas de rua, passeios gigantes de bicicletas, travessias aquáticas etc.), sendo que em alguns casos, destacando-se a Campanha Esporte para Todos que reuniu nove mil voluntários a escala de participação alcançou um milhão de participantes ao serem somados os resultados de várias regiões brasileiras. Estes dados por se tratar da época em que ocorreram podem vir a surgir questionamentos sobre os Megaeventos esportivos no Brasil (REIS, 2008).

Sob esta ótica é preciso efetivar propostas para o desenvolvimento do turismo no Estado, este desenvolvimento pode ser por meio dos eventos esportivos como do projeto “As Caminhadas da Natureza” que surge com o proposito de dinamizar o turismo responsável abrindo as portas das propriedades rurais, buscando o desenvolvimento econômico, social e ambiental no Brasil.

As Caminhadas na Natureza abrangem diversos estados brasileiros que estão dispostos a participar e organizar as caminhadas nas áreas rurais de seus municípios. O projeto visa promover a pratica de uma atividade física aliada a

valorização da cultura e da paisagem local. O Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) foi um dos responsáveis em incorporar o projeto das Caminhadas na Natureza no Estado do Paraná com o apoio de diversos órgãos e secretarias de cada município participante. Diversos municípios paranaenses já se consolidaram na promoção deste evento esportivo.

O município de Castro que fica situado na região dos Campos Gerais possui um circuito na Colônia Terra Nova, onde no ano de 2016 ocorreu à segunda edição das caminhadas assim sendo o evento já faz parte do calendário nacional das caminhadas da natureza.

O objetivo geral deste trabalho foi Identificar a viabilidade das Caminhadas da Natureza no circuito da Colônia Terra Nova para o desenvolvimento do Turismo no município de Castro. Assim sendo os objetivos específicos analisaram os resultados obtidos durante a realização do evento, e os impactos positivos e negativos atingidos com as caminhadas durante o evento realizado no dia 18 de setembro de 2016.

Serão abordados nos capítulos seguintes os conceitos de eventos e eventos esportivos, também será abordada a questão das caminhadas na natureza, exemplos de caminhadas já consolidadas no Estado do Paraná, os órgãos organizadores e o local onde será realizado o evento a ser estudado, a Colônia Terra Nova e por fim a análise dos dados coletados durante a realização da caminhada.

Para o desenvolvimento do presente projeto de pesquisa foram realizadas estratégias de investigação de cunho exploratório qualitativo e quantitativo com o levantamento bibliográfico e o estudo de caso. A pesquisa exploratória proporciona ao pesquisador maior familiaridade com o problema em estudo, esse tipo de pesquisa é utilizado em casos que são necessários definir o problema com exatidão, procura explorar um problema ou situações para ordenar critérios e compreensão. (VIEIRA, 2002). Dencker (1998) afirma que o “uso de tal metodologia permite uma análise das causas, condições e frequência de determinadas situações sociais que permitem a compreensão de problemas, estruturas e sistemas sociais”.

Foram realizadas pesquisas bibliográficas em artigos científicos, livros, teses, sites, com objetivo de coletar dados sobre os eventos realizados em áreas rurais e também sobre as caminhadas na natureza, e sua possível contribuição para o desenvolvimento do turismo rural nos municípios que aderiram ao projeto. Diversos autores serão abordados para a melhor compreensão sobre o tema. Dentre eles: WATT; MEIRELLES; MATIAS; MOLLETA; REIS; ANSARAH; TENAN, entre outros. Também foi elaborado um estudo de caso sobre o circuito das caminhadas da Colônia Terra Nova no Município de Castro. Para Dencker (1998, p. 127) o estudo de caso “permite o conhecimento em profundidade dos processos e relações sociais. O uso da técnica de estudo de caso é recomendável na fase inicial das investigações, para a construção de hipóteses ou reformulação do problema”.

Além da pesquisa bibliográfica, foi realizada uma pesquisa de campo com a realização de entrevistas estruturadas no circuito da Colônia Terra Novas com os agentes relacionados ao turismo local. Também será feito entrevistas aleatório com os participantes da caminhada, com finalidade de entender a percepção destes em relação à temática.

A pesquisa de campo foi realizada durante a realização do evento que aconteceu para no mês de setembro de 2016. Neste sentido, a amostra pode ser considerada aleatória, de forma intencional, já que a amostra será aquela que representa o bom julgamento da população da pesquisa. Sendo que a amostra será selecionada de acordo com as diferentes perspectivas de atores que são representantes de órgãos públicos e privados locais, além da seleção ao acaso de alguns visitantes que participaram da caminhada.

Por fim foi desenvolvido um quadro comparativo, com a finalidade de abordar os pontos que cada instituição que organiza o projeto das Caminhadas Internacionais da Natureza justifica como sendo o objetivo do projeto, dentre as instituições está a Emater, a ONG Anda Brasil e a Secretária de Turismo de Castro.

2 EVENTOS

A segmentação do mercado é necessária para gerar uma noção dos visitantes em potencial, e para conseguir definir o público que se espera para determinada região turística.

Para BENI (1998, p. 149)

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

O Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo (2009, pag.37) defende que o turismo deve ser entendido como “um veículo para a conservação de ecossistemas, paisagens, valores, tradições e culturas locais e regionais, considerando como fator determinante para a inserção de grupos e comunidades receptoras em sua cadeia produtiva”. Portanto, a importância da inserção da população local em todo processo de produção do segmento de Negócios e Eventos, para o desenvolvimento dos atores envolvidos, a população local, a região onde transcorre o evento.

Um evento é algo que ocorre, e não apenas aparece e, se bem sucedido só existe porque uma pessoa ou um grupo o fizeram acontecer. Independente do porte, o fundamental para sua realização são as tarefas e os detalhes que seus organizadores planejaram. Para o espectador, o evento pode representar a emoção de uma vida (WATT, 2004).

O evento é um meio de interação entre os participantes, bem como um meio de se passar uma imagem, que pode ser do local onde está acontecendo o evento ou simplesmente de um serviço ou proposta.

Para Meirelles (1999, p. 21)

O evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Para o desenvolvimento do turismo, os eventos pode ser uma grande oportunidade de consolidar uma região ou um acontecimento.

Na ótica de Reis (2008, p. 511)

Uma das mais procuradas formas de promoção do turismo da sociedade contemporânea é a apresentação de eventos. Eles representam uma forma singular de exibição para suas sedes, estendendo seus nomes e hábitos através da região, da nação ou do mundo, dependendo de seu tamanho e natureza.

Este segmento do turismo possui a possibilidade de construção e valorização do orgulho como cidadão, do fortalecimento da identidade regional, de impactos positivos na geração de renda, aumento no deslocamento de turistas durante e após a realização dos eventos, melhoria na comunicação entre o setor público e privado, melhorias e construção de infraestruturas básicas na cidade tais como, rodovias e instalações esportivas (REIS, 2008).

Vários são as modelos de turismo de eventos, é considerado um dos segmentos do turismo que mais cresce e gera renda.

Segundo Ansarah (2000, p. 75)

O turismo de eventos é a parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objetivo da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural através de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, eventos esportivos, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual.

Com base nos dados da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC, 2013) o mercado de eventos no Brasil movimentou a quantia de R\$ 209 bilhões, em 2013, impostos nos setores beneficiados pelos gastos dos participantes incluindo hospedagem, transporte e alimentação atingiram R\$ 48 bilhões de reais uma média de sete empregados fixos por espaço, resultando em 7,5 milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos, com a participação de 202,2 milhões de pessoas.

Para Watt (2004, p. 15) evento se define “como coisas importantes que acontecem”. Um evento seja de qualquer natureza que reúne pessoas no mesmo espaço com os mesmos propósitos, quer seja de troca de conhecimentos, de caráter social, político, científico, comercial, cultural ou esportivo, pode ser revertido em

atividade econômica geradora de uma diversa serie de benefícios para empresas patrocinadoras, para a cidade promotora do evento, para o comércio local, restaurantes, hotéis e para a localidade que sedia o evento (CARNEIRO, 2000; NETO, 2001; ANDRADE, 2002).

A gastronomia típica é um ponto bastante abordado nos eventos, pois em cada região possui um prato com elementos gastronômicos que simbolizam o local onde acontece o evento. Conforme Mascarenhas e Gândara (2012, p. 134)

A união de tradições e costumes culinários enriqueceu o paladar brasileiro formando cardápios diferenciados presentes até os dias atuais. Fatores como o clima e o solo foram decisivos na variação da composição dos cardápios das comunidades, desenvolvendo-se hábitos e costumes diferenciados dependendo da localidade onde está situada a população. Também são influências percebidas a história e a cultura, bem como a formação étnica dos povos, ressaltando-se diversos costumes alimentares nas regiões brasileiras.

Assim sendo a culinária pode ser um artifício com a finalidade de mostrar a cultura, as tradições e singularidades de cada região, a busca pelo saber fazer nas localidades rurais é de grande procura por pessoas da cidade, pelo resgate ao passado, um modo de ficar mais próximo de suas origens.

3 EVENTOS ESPORTIVOS

A definição de turismo esportivo basicamente se resume no deslocamento do participante até o local favorável de se praticar a atividade com a intenção de praticar o esporte por lazer ou treinamento, sem o objetivo de competir (GOIDANICH e MOLLETTA, 1998).

Os eventos podem ser classificados com diferentes formas e classes, essa classificação torna-se bastante vantajosa para estabelecer uma programação de eventos em uma localidade, as caminhadas entram na classificação de eventos desportivos, que trata de qualquer tipo de evento no setor esportivo, independentemente de sua modalidade, é organizado por entidades empresariais ou políticas e se destina ao público interno da organização, com o objetivo de treinamento informação, troca de experiências, integração, principalmente, motivação (MEIRELLES, 1999; ANSARAH, 2000).

Para esta prática esportiva ser um atrativo, ela precisa ser um acontecimento, que não faz parte de uma rotina, e, então podem ser considerados eventos. Com planejamento antecipado e organizado, data especial ou não, nome e local marcado em espaço de tempo determinado (TENAN, 2002).

Um dos mais importantes eventos do planeta, os Jogos Olímpicos entusiasma pessoas de centenas de países e emocionando a todos com vitórias, recordes e histórias de superação, com o objetivo de promover a paz e a socialização dos povos através do esporte. De quatro em quatro anos, uma cidade do mundo tem o privilégio de sediar os Jogos. Os primeiros registros oficiais da existência dos Jogos Olímpicos datam de 776 a.C. Eles eram uma homenagem a Zeus (maior divindade segundo a mitologia grega). A vitória nos Jogos Olímpicos consagrava o atleta e proporcionava glória também à sua cidade de origem. A celebração dos Jogos Olímpicos durou até o ano de 394 d.C., quando, por questões religiosas, foi banido pelo imperador romano Teodósio. Já na modernidade, em 1896, o francês Pierre de Coubertin reuniu representantes de 14 países para organizarem os Jogos Olímpicos com dimensões esportivas que estão até os dias atuais (RUBIO, 2007; MATIAS, 2001).

A Copa do Mundo da FIFA 2014 e Olimpíadas e Paraolimpíadas rio 2016 foi base para diversos eventos em paralelo. Os olhos do mundo ficaram voltados ao país trazendo credibilidade e curiosidade (SEBRAE, 2014). Os grandes eventos esportivos realizados no Brasil nos últimos anos impulsionou esse segmento no país, os Jogos Olímpicos de 2016 sediado na cidade do Rio de Janeiro, a Copa do Mundo de futebol que foi realizada no ano de 2014 no Brasil inteiro, de acordo com dados da EMBRATUR (2013), durante a Copa do Mundo de 2014 cerca de 700 mil turistas estiveram no Brasil, gastaram US\$ 1,586 bilhão com gasto médio de US\$ 2.099 com uma média de permanência de 15 dias.

Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem a sua imagem de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã, os efeitos multiplicadores desses megaeventos esportivos atingem todas as esferas econômicas, desde a infraestura que foi adequada e melhorada nas cidades sedes, o incentivo dos turistas internacionais na permanência no país, aumento na geração de emprego consequentemente aumentando o consumo e a arrecadação de tributos (MINISTÉRIO DOS ESPORTES, 2010).

3.1 AS CAMINHADAS NA NATUREZA

Um exemplo de evento já consolidado são as Caminhadas na Natureza no Vale do Ivaí, localizado na região norte central do Estado do Paraná (IPARDES, 2011) composta por 28 municípios, essa região tem sido alvo de diversas políticas públicas com a finalidade de desenvolvimento regional. Uma dessas políticas são as Caminhadas na natureza, com o propósito de efetivar o desenvolvimento nessas regiões. Durante o ano de 2007, no ano em que os eventos das caminhadas foram implantados foram realizadas 23 caminhadas, quatro anos depois em 2011, passaram para 69 caminhadas um aumento bastante significativo. Os municípios do Vale do Ivaí concentram 16% de todos os eventos promovidos no estado. De 47 municípios que promoveram o evento em 2011 apenas três desses municípios não realizaram o evento no ano seguinte, apresentando grande aderência dos municípios ao projeto das caminhadas, e se tornando referência para as demais localidades do Estado do Paraná (TONIOL E STEIL, 2012).

Com uma perspectiva voltada ao turismo sustentável as caminhadas na natureza surgem como uma possível atividade para o incremento da renda para as propriedades rurais. Estas podem se constituir como uma fonte de renda que valoriza a troca e a educação ambiental de maneira sustentável. Segundo a Confederação Brasileira de Esportes Populares, Caminhadas na Natureza e Inclusão Social o Anda Brasil (2006) a ideia das primeiras caminhadas organizadas, surgiram no pós- guerra na França, no entorno das grandes cidades e nos pequenos vilarejos destruídos pelas batalhas. O aumento da atividade turística com relação a grande riqueza cultural e paisagística destas regiões, as caminhadas passaram a ser utilizadas como ferramenta de integração e inclusão social destas populações se caracterizando como atividades populares e democráticas (ANDA BRASIL, 2006).

O universo dessas atividades são exclusivamente as plantações de pequenas propriedades rurais, sendo que o instituto EMATER é a principal articuladora de ações que tomam as paisagens do campo não apenas como espaços de trabalho, mas à medida que a natureza deve ser apreciada. Então o que se trata, no entanto não é somente uma política de assistência técnica para os

trabalhadores do campo, mas uma atividade que atinge as pessoas da cidade e os agricultores, mostrando como a legitimidade da natureza do campo é produzida e finalmente com o grande apelo ecológico que esses eventos simbolizam (TONIOL E STEIL, 2012).

Com o objetivo principal das caminhadas eram de estimular as atividades comerciais nesses lugares abalados pela guerra. Gradativamente foram sendo usadas como forma de reunião entre as populações da região, em função dos muitos atrativos encontrados naquela área. Neste período de desenvolvimento industrial e crescimento das cidades, o cotidiano dos centros urbanos tornava-se cada vez mais conturbado, sendo ostentado como causador do estresse da população. Sendo assim, crescia então a necessidade de fuga destes centros para locais que oferecessem experiências prazerosas, ganhando as caminhadas um grande contingente de adeptos (ANDA BRASIL, 2006).

A organização que se responsabiliza internacionalmente pela organização e divulgação das caminhadas é a Federação Internacional dos Esportes Populares (Internationaler Volksporther Verbunder – IVV), com sede na Alemanha e tem como objetivo promover atividades esportivas conjuntas, a associação visa promover através dos esportes populares comuns amizades internacionais pessoais e contribuir para a compreensão internacional. (ANDA BRASIL, 2006).

O responsável pelo projeto no Brasil é a organização não governamental (ONG) Anda Brasil (Confederação Brasileira de Esportes Populares, Caminhadas na Natureza e Inclusão Social), sediada no Estado do Rio de Janeiro. Já no Estado do Paraná, o projeto Caminhadas na Natureza existe desde 2007, é coordenado por diversos órgãos como o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), juntamente com a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná (EMATER), e demais entidades atuantes nas localidades onde as caminhadas são realizadas (TONIOL E STEIL, 2012).

Como já citado as Caminhadas na Natureza são conhecidas no mundo, como “Esportes Populares” e são chamadas dessa forma devido a seu caráter de inclusão, ou seja, pelo fato de poderem ser praticadas por pessoas de todas as classes sociais, faixas etárias e condicionamento físico, em grupos ou individualmente, de acordo com a preferência do caminhante.

O percurso de cada caminhada é de aproximadamente 10 km, com o trajeto alterado de acordo com rota a ser delimitada. Durante a caminhada o participante recebe um crachá no qual a cada parada do percurso receberá um carimbo no total de três, e ao final da caminhada o crachá é trocado por uma caderneta internacional fornecida pela Federação Internacional dos Esportes Populares (IVV) que são os criadores do projeto em esfera mundial. Já no Brasil o projeto é administrado pela organização Anda Brasil, assim, após receber 10 carimbos diferentes na caderneta pode ser trocada por brindes e um selo que dá direito a um nível de caminhante (que pode ser de bronze, prata ou ouro) e também recebe uma segunda caderneta dando continuidade do participante no programa. (ANDA BRASIL, 2006).

Com uma perspectiva voltada ao turismo sustentável as caminhadas na natureza surgem como uma possível atividade para o incremento da renda para as propriedades rurais. Estas podem se constituir como uma fonte de renda imediata ou de forma futura que valoriza a troca e a educação ambiental de maneira sustentável. Segundo Toniol e Steil (2012) “tal projeto promove caminhadas em áreas rurais do estado com o objetivo de fortalecer o turismo rural e contribuir na diversificação da renda entre agricultores familiares”.

O turismo rural é a soma de varias características sociais e culturais. Por meio da troca cultural entre os visitantes e a comunidade local que neste contexto somam e vivenciam novas sensações e experiência mútua.

O Ministério do Turismo (2004 p. 13,14) afirma que:

O Turismo Rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, pelo resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os “causos”, a gastronomia), e primar pela conservação do ambiente natural.

As rotas incluídas nas caminhadas são em ambientes rurais da agricultura familiar e segue um raciocínio que permite a observação das características geográficas e a contemplação da paisagem (Emater). Segundo Pires (2001) “tal valorização é permeada pela percepção humana desses ambientes, em especial das paisagens que o representam”.

O objetivo geral do projeto segundo a Emater é o “fortalecimento do turismo rural sustentável, focando a transversalidade das cadeias produtivas, visando priorizar a agricultura familiar nos eixos: econômico, ambiental e social”, por meio de consolidar os eventos nas cidades participantes. No quadro a seguir descreve quais ações a Emater propõe para o projeto.

AÇÕES PRIORITÁRIAS SEGUNDO A EMATER SÃO:
Implantar circuitos para desenvolver as caminhadas na natureza, por meio de capacitação e formação, atendimento ao turista, articulação com entidades, adoções de boas práticas de turismo sustentável;
Elaborar os projetos de turismo rural, como a construção, adequação ou readequação de instalações, objetivando o destino adequado dos resíduos, saneamento básico, formatação de produtos e serviços turísticos;
Fortalecer as ações de meio ambiente e turismo rural, tais como divulgação da legislação ambiental, adequação ambiental da propriedade, educação ambiental, recuperação e proteção de mata ciliar e
Gerar e apropriar renda, com atividades agrícolas e não agrícola acesso ao mercado e a comercialização, qualificação profissional e economia solidária.

QUADRO 1- Ações desenvolvidas pela Emater para o projeto das Caminhadas Internacionais na Natureza.

Fonte: Emater, 2012.

As Caminhadas são responsáveis por resultados positivos para os municípios e comunidades rurais que participam do projeto, tais resultados geram incentivam a realização de outros eventos locais, gerando renda as comunidades envolvidas. A geração de renda pode ser de forma imediata no dia do evento, por meio das refeições que são servidas pela comunidade local.

As caminhadas são realizadas em 56 países, sendo que são organizadas em pequenos circuitos, no âmbito regional por federações, e em nível nacional organizada por confederações, todas com normalização internacional do Internacionaler Volksporther Verbunder. Dentro das caminhadas contemplativas o projeto Caminhadas na Natureza foi uma proposta para a estimulação e promoção

do desenvolvimento territorial sustentável, utilizando a realização de caminhadas no meio rural, ficando internacionalmente conhecidas como Esportes Populares (ANDA BRASIL, 2006).

Um dos divulgadores desses eventos, que se refere às caminhadas é o site Ecoobooking, que se trata de um Sistema de Gestão do Turismo que pode ser um poderoso instrumento de ordenamento da atividade turística. Ele cria um modelo de gestão baseado na constituição de uma rede de cooperação voltada à exploração sustentável dos recursos turísticos de um município, envolvendo o Poder Público e o Trade Turístico, é um dos responsáveis na divulgação das caminhadas em todo o território nacional (ECOBOOKING, 2005).

4. A ENTIDADE ANDA BRASIL

A Confederação Brasileira de Esportes Populares, Caminhadas na Natureza e Inclusão Social- Anda Brasil, foi fundada em 2006 no Estado do Rio de Janeiro trabalhando principalmente com as caminhadas contemplativas em todo território nacional. São aproximadamente 500 circuitos que estão credenciados e sua maioria abrange os ambientes rurais com forte influência da agricultura familiar (ANDA BRASIL, 2006).

As caminhadas são realizadas em 56 países, sendo que são organizadas em pequenos circuitos, no âmbito regional por federações, e em nível nacional organizada por confederações, todas com normalização internacional do Internacionaler Volksporther Verbunder- Federação Internacional dos Esportes Populares (IVV) com sede na França (ANDA BRASIL, 2006).

As atividades desenvolvidas pelo Anda Brasil são primeiramente de orientar na elaboração de circuitos bem como no processo de cadastramento de novas caminhadas, programar o calendário nacional e associar entidades estaduais e internacionais que trabalham com o projeto, para então poder divulgar a todos os caminhantes associados e também as pessoas que desejam participar (ANDA BRASIL, 2006).

Dentro das caminhadas contemplativas o projeto Caminhadas na Natureza foi uma proposta para a estimulação e promoção do desenvolvimento territorial sustentável, utilizando a realização de caminhadas no meio rural, ficando internacionalmente conhecidas como Esportes Populares. É de responsabilidade da Confederação o credenciamento, orientação e formatação dos circuitos realizados com foco principal o turismo por meio da apresentação de todos os atrativos históricos e culturais objetivando o envolvimento dos participantes e estimulando a conhecerem outros circuitos (ANDA BRASIL, 2006).

Durante a caminhada o participante recebe um crachá (FIG. 01) na qual ao final do percurso receberá um carimbo, e uma caderneta para acompanhar o programa e após receber 10 carimbos diferentes esta pode ser trocada por brindes e também por uma segunda caderneta dando continuidade do participante no programa. Esta caderneta é cedida pela ONG Anda Brasil, que durante a realização

das caminhadas montam postos de controle situados dentro das propriedades por onde a caminhada acontece, funcionando como uma ponte entre a comunidade local e os turistas, divulgando atrações turísticas locais e como meio de comercialização de produtos originários das propriedades. (ANDA BRASIL, 2006).

Figura 1- Parada em que cada participante recebia o carimbo no crachá



Fonte: da autora, 2016.

Podem ser destacados alguns objetivos que a entidade Anda Brasil direciona para as Caminhadas Internacionais na Natureza que podem ser vistos no quadro abaixo.

OBJETIVOS DA ENTIDADE ANDA BRASIL SÃO:
• Difundir e Estimular a prática dos Esportes Populares no Brasil;
• Coordenar as atividades esportivas nos circuitos credenciados;
• Exercer o poder desportivo Nacional e Internacional;
• Dirigir todas as modalidades desportivas não competitivas e desenvolver atividades do turismo, nos moldes regulamentados internacionalmente pelo IVV;
• Promover, autorizar e fiscalizar a realização de Eventos, Torneios, Olimpíadas e Encontros desportivos nacionais e internacionais;
• Cumprir e fazer cumprir os mandamentos originários dos organismos internacionais, assim como os atos legalmente expedidos pelas autoridades que integram os poderes públicos;
• Expedir Códigos, Normas, Regulamentos, Regimentos, Avisos, Portarias, Circulares, Instruções ou outros atos necessários à organização, funcionamento e a disciplina dos Esportes Populares;
• Julgar os responsáveis por inobservância da legislação disciplinar vigente;
• Representar e defender, perante os poderes constituídos, os interesses legítimos dos desportos populares;
• Representar o Esporte Popular em qualquer atividade internacional, com poderes para celebrar acordos, contratos e convênios.
• Exercer os poderes atribuídos por lei, decretos, portarias e deliberações autoridades federais.
• Realizar e promover convênios de cooperação técnica com entidades públicas e privadas no mercado nacional.
• Prestar todos os serviços necessários pertinentes ao desenvolvimento Esportes Populares e seus complementos, como por exemplo, o turismo.
• Promover a integração do homem com a natureza, estimulando o desenvolvimento territorial sustentável.
• Orientar a formatação dos Circuitos para prática dos Esportes Populares e organizar os grupos de esportistas Populares.

Quadro 2- Objetivos da Ong Anda Brasil

Fonte: Anda Brasil, 2006.

5 A CIDADE DE CASTRO

Com uma população de 71.159 habitantes (IBGE, 2016) o município de Castro tem como base de sua economia a atividade agropecuária, sendo considerado um dos maiores produtores do Estado do Paraná. Na agricultura destacam-se como principais produtos, o milho, soja, feijão, batata, trigo e aveia, já a pecuária de corte, a criação de gado, suínos e aves. Em relação à pecuária leiteira, o município é considerado uma das principais bacias leiteiras do Brasil, em produtividade e qualidade genética.

Castro foi elevada a categoria de cidade em 21 de janeiro de 1857, sendo considerada a primeira cidade instituída na Província do Paraná, por isso é tão conhecida como a “Cidade Mãe do Paraná”. O nome “Castro” foi dado em homenagem ao português Martinho de Melo e Castro que foi Secretário de Estado dos Negócios Ultramarinos da Coroa Portuguesa. A cidade de Castro conta com diversos patrimônios culturais tombados pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Paraná (IPHAN), ao todo são oito imóveis tombados sendo eles: Museu do Tropeiro, Casa da Sinhara, Casa da Praça, Casa da Cultura Emília Erichsen, Fazenda Capão Alto, Estação Ferroviária e ainda, duas casas com funções comerciais, localizadas no Centro Histórico de Castro (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTRO, 2016).

A cidade de Castro possui destacado potencial turístico devido seu enorme patrimônio cultural e natural, está localizado dentro dos Campos Gerais. A expressão "Campos Gerais do Paraná" foi consagrada por Maack (1948), que a definiu como uma zona fitogeográfica natural, com campos limpos e matas galerias ou capões isolados de floresta ombrófila mista, onde aparece o pinheiro araucária. Lugar de belezas naturais singulares e de grandes tradições culturais.

Figura 2- Vista panorâmica da cidade de Castro no Estado do Paraná.



Fonte: <http://www.paranaturismo.com.br/?p=2453>

A cidade encontra-se a cerca de 190 km da capital Curitiba, com uma localização geográfica, privilegiada, pois está no caminho entre a capital do estado do Paraná e o estado São Paulo, com fácil acesso de turistas. O projeto das Caminhadas na Natureza é um importante atrativo para a cidade, pois Castro possui com atrativos para recepcionar turistas.

Figura 3- Ilustração da localização da cidade de Castro



Fonte: IBGE, 2016

Até o século XVIII toda a região que abriga hoje os Campos Gerais era habitada por índios tupis e gês. Por causa da abundância das pastagens, a região e, em especial o território em que se localiza a cidade de Castro tornou-se caminho dos tropeiros que iam do Sul (Rio Grande do Sul) para São Paulo (Sorocaba) com suas tropas. Nessas terras iniciou-se a construção de uma capelinha, hoje a Igreja Matriz Nossa Senhora Sant'Ana, um dos principais atrativos culturais da cidade (IBGE, 2016).

Já em relação à gestão do turismo, o município de Castro dispõe de um Departamento Municipal de Turismo vinculada às secretarias da Indústria e Comercio, Castro é um dos municípios destaque na região dos Campos Gerais, localizada no Segundo Planalto Paranaense e tem grande relevância em termos de agricultura e pecuária.

Quanto à infraestrutura turística a cidade dispõe de 14 hotéis, diversos restaurantes, agências de viagens e de turismo receptivo, e vários locais para realização de eventos. O turismo em Castro está em fase de consolidação, pois é

uma cidade com diversos atrativos, sendo considerada como uma cidade com grande potencial turístico (CASTRO TURISMO, 2015).

5.1 A COLONIA TERRA NOVA

Imigrantes alemães foram responsáveis pela fundação da colônia de Terra Nova, localizada no município de Castro. Os lotes da Terra Nova Garcez foram destinados às pessoas que vinham direto da Alemanha, e eram adquiridos ainda na pátria de origem. Algumas famílias de alemães chegaram em 1934, em Castro e formaram um 'núcleo étnico fechado'; cada família podia adquirir lotes com 12 alqueires de terras, assim divididos: oito alqueires de terra de cultura, no mato; dois alqueires de terra, para a localização da 'Aldeia', no campo; dois alqueires de pasto para o gado, no campo.

Logo na chegada do imigrante à colônia, ele recebia da Sociedade um título provisório no qual ficava declarado que o colono recebia o 'direito de uso' sobre o lote. A transcrição definitiva de propriedade ao colono efetuava-se três anos depois da data da assinatura do contrato, desde que o colono tivesse efetivado todo o pagamento de suas dívidas com a 'Sociedade Colonizadora no Estrangeiro'. Para a administração da Colônia havia um diretor colonial, cujo mandato era de dois anos (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTRO, 2017).

A colônia é marcada pela presença de patrimônios históricos e importantes instituições, como a 'Associação Cultural de Preservação da História e Ecologia de Terra Nova, o 'Clube Recreativo 25 de Julho', bem como a própria igreja (FIG. 04), que tem o intuito de reacender as tradições que fizeram parte da cultura, da história e do imaginário social da Colônia, que tem em suas origens a cultura alemã. Segundo a Prefeitura Municipal de Castro (2016).

A colônia, localizada a 15 km do centro da cidade, foi fundada a partir de 1933. Cada uma das famílias vindas para Terra Nova trazia consigo as particularidades, usos e costumes de sua região, almejando enfrentar a luta pela sobrevivência, longe da terra de origem. A região tem como principais atividades econômicas a produção do leite e o cultivo de milho e soja.

Em fase de formação, encontra-se o projeto Caminhadas na Natureza, que visa desenvolver o turismo rural na região contemplando as iniciativas de agricultura familiar. Atualmente o município conta com um circuito cadastrado pela Anda Brasil,

sendo a Caminhada Internacional da Natureza – Circuito Colônia da Terra Nova, que nos anos de 2015 e 2016 tiveram seus eventos realizados junto com os órgãos públicos da cidade de Castro.

Por sua vez, a agricultura familiar tem sido foco de inúmeros projetos de incentivo do Governo Federal que visam o desenvolvimento do setor. Dessa forma surgem eventos como as caminhadas na natureza, ligadas ao turismo, como potencial atividade econômica para a região.

De acordo com a secretaria de turismo do município foram 326 participantes na edição das caminhadas de 2015, na organização foram os próprios funcionários da secretaria de turismo e contaram com três voluntários (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTRO, 2016). Na 2ª Edição das caminhadas aconteceu no dia 18 de setembro de 2016 e teve um público de 270 participantes, uma parcela bastante significativa para um evento deste porte, contou com diversos voluntários para dar apoio aos participantes.

Figura 4- Foto da Igreja Santa Terezinha, na Colônia Terra Nova



Fonte: Gazeta do povo, 2013.

A colônia Terra Nova situada no município de Castro localizado nos Campos Gerais de acordo com a Prefeitura de Castro aproximadamente 60 famílias de imigrantes alemães da colônia buscam manter as raízes do país de origem através da cultura, gastronomia e religiosidade.

Figura 5- Museu do Imigrante Alemão-Casa do Colono Das Kolonistenhaus



Fonte: <https://www.guiadasartes.com.br/parana/castro/museus/museu-do-imigrante-alemao---casa-do-colono-das-kolonistenhaus>

Assim, a Colônia Terra Nova foi a legítima representante do passado alemão que predominou na memória coletiva e individual, tendo uma significativa participação no processo econômico e demográfico de Castro (PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTRO, 2016).

6 ANÁLISE DA CAMINHADA DA COLÔNIA TERRA NOVA

A pesquisa de campo foi realizada durante a realização do evento que aconteceu para no mês de setembro de 2016. Neste sentido, a amostra pode ser considerada aleatória, de forma intencional, já que a amostra será aquela que representa o bom julgamento da população da pesquisa. Sendo que a amostra será selecionada de acordo com as diferentes perspectivas de atores que são representantes de órgãos públicos e privados locais, além da seleção ao acaso de alguns visitantes que participaram da caminhada.

A amostra foi constituída por 58 participantes 2ª Caminhada Internacional da Natureza de 2016, na Colônia Terra Nova, no município de Castro. Foi um total de 270 participantes de acordo com os organizadores. Participaram pessoas de diversas partes do Estado do Paraná, a escolha dos entrevistados foi aleatória e não seguiu nenhum critério de inclusão. O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário com 2 perguntas abertas, 7 fechadas e uma pergunta com escala que contava de muito satisfeito chegando até o muito insatisfeito, objetivando extrair dados que pudessem servir de base para se compreender e analisar a estrutura do local e do evento.

Para Dencker (1998, p. 146) “a finalidade do questionário é obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada.” Os participantes do estudo foram abordados após a caminhada, de acordo a disponibilidade dos sujeitos. A entrevista é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas. Com uma estruturação previamente determinada, a entrevista é realizada com a intenção de obter informações de pesquisa. É uma das técnicas de coleta de dados mais usadas nas ciências sociais. (DENCKER, 1998; GIL, 2006).

Para Richardson (2008, p. 233)

Geralmente, a análise do conteúdo visa a um tratamento quantitativo que não exclui a interpretação qualitativa. Na atualidade, os procedimentos para esse tipo de análise são numerosos, o mais simples consiste no cálculo de frequências e percentagens que permitem estabelecer a importância dos elementos analisados.

Para a amostra em questão análises qualitativas em relação ao evento e quantitativas serão de grande importância nos resultados obtidos.

De acordo com Denker (1998, p.197) “a demanda no turismo se diferencia de outros de outros tipos de demanda, assim sendo que o consumo do turismo satisfaz a um tipo de necessidade cultural, social e de lazer, os fatores da demanda turística são muitos, por essa razão devem ser investigados”.

Segundo Bahia e Sampaio (2007), o ritmo e as condições de vida nos grandes centros, o trabalho, a preocupação com a violência, mostram como alguns fatores estão fazendo com que sejam procuradas alternativas para aliviar as tensões, como esportes de aventura e outros tipos de atividades com amigos e integração com a natureza.

Os serviços médicos são necessários e podem variar entre um evento e outro. Para Watt (2004, p.200) “Qualquer que seja o evento, é essencial dispor da cobertura médica adequada com base em assessoria especializada com relação às demandas”. (FIG.06). Em todos os trechos, foram observados carros de apoio e uma ambulância com pessoal capacitado para atender os caminhantes que necessitassem.

Figura 6– Apoio médico durante as caminhadas



Fonte: da autora, 2016.

Características que fizeram deste evento bem organizado e pensado nas exigências dos participantes. Em cada ponto de parada encontrava-se um carro de apoio com água para ser fornecida aos participantes.

Primeiramente antes de iniciar a caminhada é necessário observar alguns pontos para melhor aproveitamento da atividade, no site que é realizado as inscrições para o evento existem algumas dicas para os caminhantes. Conforme Schmolinsky (1992) “O recomendável é ingerir alimentos de fácil digestão pelo menos uma hora antes da atividade, pois o organismo vai precisar de energia para gastar; fazer alongamento, principalmente dos membros inferiores e superiores antes de iniciar a caminhada para reduzir o risco de lesões, câibras e também para servir como aquecimento”.

Antes de iniciar da caminhada foi realizada por um profissional (FIG. 07), uma sessão de alongamento com os participantes da caminhada.

Figura 7- Participantes fazendo alongamento antes da caminhada



Fonte: da autora, 2016.

Em referência aos eventos realizados em lugares mais abastados é necessário levar em conta vários aspectos, o que se pode ser citado aqui em propiciar acordos com agencias durante o evento (FIG. 08) para que os participantes possam ter acesso ao local que será realizado o evento (Bahl, 2004). A prefeitura disponibilizou um ônibus que partia de um ponto de encontro na cidade, para trazer os participantes até o evento.

Figura 8- Transporte dos participantes até o local do evento.



Fonte: da autora, 2016.

Os organizadores do evento ficaram responsáveis por disponibilizar gratuitamente um ônibus para deslocar os participantes até o local da realização do evento, por se tratar de um local que não possui condução regularmente.

6.1 PERFIS DOS PARTICIPANTES DA 2ª CAMINHADA INTERNACIONAL NA NATUREZA

Os participantes das caminhadas na natureza possuem características similares quanto ao perfil socioeconômico, pois são pessoas com tempo livre para o turismo e o lazer, pois o ser humano sente a necessidade de viver e interagir em grupos, em um evento é possível selecionar um público alvo e o aglomerar, em um local com dia e horário pré-estabelecidos, as pessoas percebem que tem o interesse semelhante, podendo assim trocar experiências e opiniões, tornando assim um publico (MEIRELLES, 1999).

Conforme informações do Anda Brasil, existem cerca de 100. 478 caminhantes no Brasil, e 554 circuitos credenciados. Diante do número de caminhantes existentes no Brasil, com um grande potencial de crescimento, este segmento do turismo poderá se tornar um grande incentivo no sentido de mobilizar atletas e visitantes para os lugares que realizam as caminhadas, além da divulgação do local.

Segundo Bahia e Sampaio (2007), o ritmo acelerado nos grandes centros, o trabalho exaustivo o aumento da violência, apontam para elementos que estão fazendo com que as pessoas busquem por alternativas capazes de aliviar o stress, sendo que os eventos esportivos e outros tipos de atividades com amigos e integração com a natureza são esses fatores de escape da tensão do cotidiano.

Os dados da pesquisa mostraram a predominância dos participantes são do próprio Estado sendo que 50% são da própria localidade, 24,14% da cidade de Curitiba, 15,51% de Ponta Grossa e 10,35% da cidade de São José dos Pinhais que pode ser observado no gráfico 01.

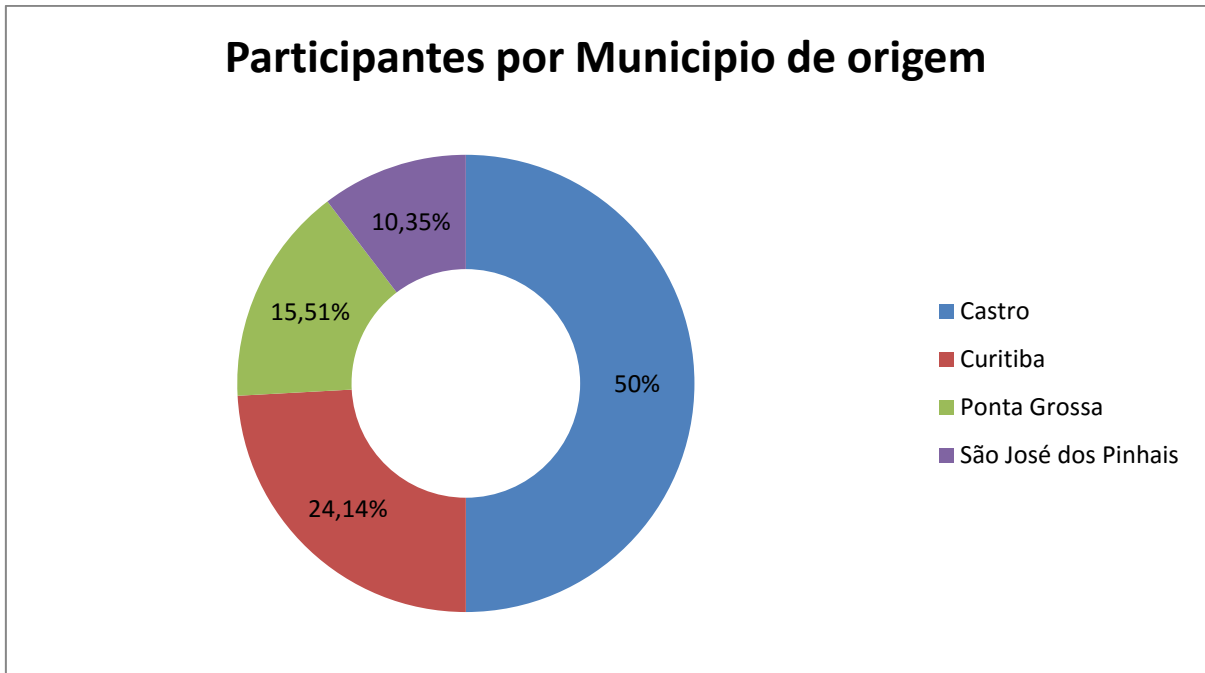


Gráfico 1- Porcentagem dos participantes da caminhada por seu município de origem

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2016.

O percentual de participantes que eram da região que foi realizado o evento chegou à metade do total dos entrevistados, o motivo foi pela divulgação feita pela prefeitura, e também por ser de mais fácil acesso aos próprios moradores da região.

Outro ponto analisado foi a idade dos participantes que atingiu todas as faixas etárias contidas no questionário, sendo que a maioria dos participantes tem entre 41 e 50 anos o qual atinge 30,21% da amostra. O trabalho realizado pela Emater em parceria com o IVV, Anda Brasil, Governo do Estado, Prefeituras e outros parceiros, apontam que conforme a realidade de cada município envolvido no programa durante o ano de 2014 que obteve a participação de aproximadamente 42,8 mil caminhantes, com idade entre 26 e 60 anos. A maioria na faixa dos de 41 a 50 anos e do sexo feminino. “A grande amplitude dessa faixa etária comprova que essa é uma atividade saudável, para qualquer idade” (EMATER, 2016).

A maior parte das pessoas participou por influência dos amigos/ parentes e pode-se concluir que este foi o maior veículo de divulgação da caminhada, na amostra representa 51,72% dos entrevistados. Outro dado apontado na pesquisa foi

em relação ao nível de práticas esportivas sendo que 81,03% alegaram que fazem exercício frequentemente.

Uma pergunta de grande importância abordada nas entrevistas foi “qual a motivação que os levaram a participar do evento”, ilustrada no gráfico 02:

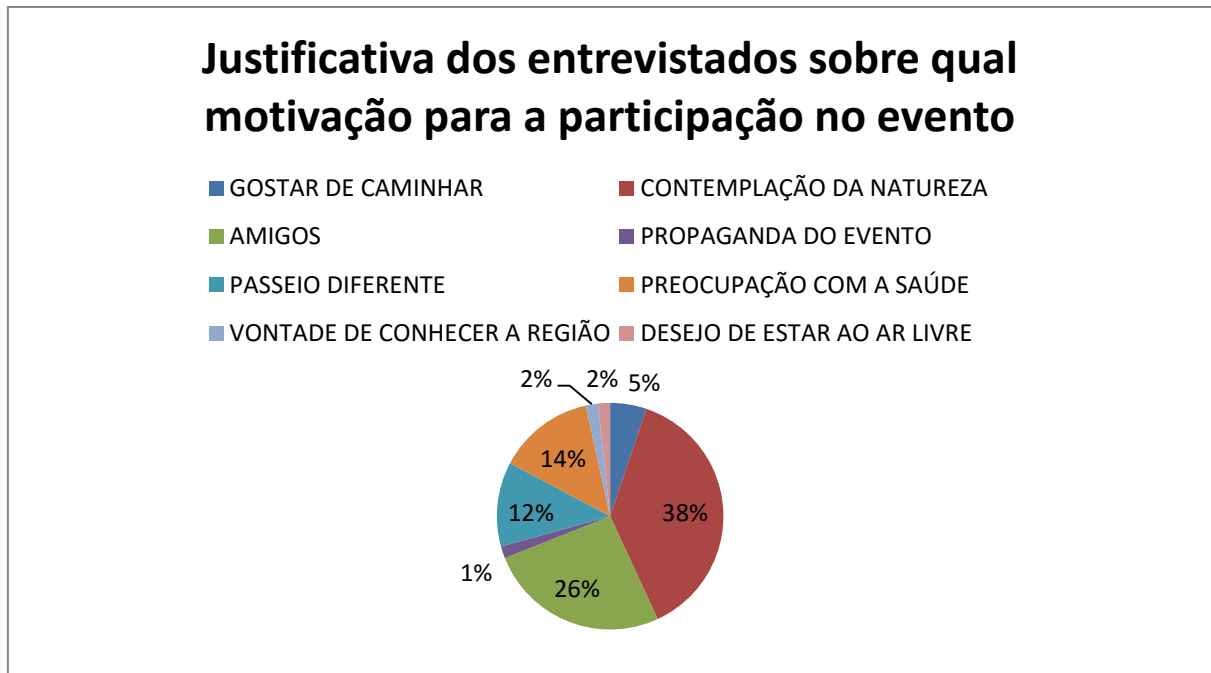


GRÁFICO 2- Justificativa dos entrevistados para a motivação para a participação no evento

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2016.

O principal motivo para a participação da caminhada foi a contemplação da natureza, isso mostra conforme MOLLETTA (2002, p. 8) que “uma parcela significativa da população urbana, que se tem conscientizado que somente o contato com a natureza e com a vida simples, autêntica e peculiar do campo viabiliza a recuperação de energias indispensáveis para enfrentar o dia-a-dia.”.

6.2 PERCEPÇÕES EM RELAÇÃO À COLÔNIA TERRA NOVAS E AO EVENTO

Baseado nas percepções durante a caminhada e com a interação com as pessoas da localidade não se tem nenhum projeto para incrementar o turismo Rural, possivelmente com projetos futuros e com apoio das organizações públicas e privadas o turismo possa ser impulsionado como gerador de renda para os moradores da região, os quais sobrevivem inteiramente da agricultura e pecuária. De acordo com as diretrizes do projeto Caminhadas Internacionais da Natureza proposto pela Emater e pela ONG Anda Brasil o principal foco é a consolidação do Turismo rural dentro das regiões que participam do projeto, assim sendo a própria prefeitura da cidade de Castro acredita que este evento é um meio de incremento do Turismo Rural na Colônia Terra Nova, no quadro a seguir é possível comparar as diretrizes de cada parte envolvida na 2ª Edição das Caminhadas.

ORGANIZADORES DAS CAMINHADAS INTERNACIONAIS NA NATUREZA	OBJETIVOS DA CAMINHADA	RESULTADOS OBTIDOS	O EVENTO E SUAS CONTRIBUIÇÕES:
EMATER	Fortalecimento do turismo rural sustentável, por meio de consolidar os eventos nas cidades participantes.	As Caminhadas são responsáveis por resultados positivos para os municípios e comunidades rurais que participam do projeto	Estabelecer circuitos para desenvolver as caminhadas por meio da capacitação e formação, atendimento ao turista, articulação com entidades, adoções de boas práticas de turismo sustentável, tornando o evento consolidado na região.

QUADRO 3- Quadro comparativo dos órgãos envolvidos no projeto das Caminhadas Internacionais da Natureza.

(continuação)

ANDA BRASIL	Promover a integração do homem com a natureza, estimulando o desenvolvimento territorial sustentável.	As caminhadas funcionam como uma ponte entre a comunidade local e os turistas, divulgando atrações turísticas locais e como meio de comercialização de produtos originários das propriedades.	Reconhecer nacional e internacionalmente as caminhadas como ator fundamental na construção de um meio rural com equidade, com mais oportunidades de renda e vida, mais humanas, com inclusão produtiva e social e respeito ao meio ambiente..
SECRETARIA DE TURISMO DE CASTRO	O evento da caminhada na colônia Terra Nova tem como objetivo desenvolver o Turismo Rural na região, pois a região já recebe alguns visitantes.	Contribui com a divulgação do turismo em Castro, mostrando aos participantes o potencial que temos aqui. o efeito divulgação beneficia também as cidades vizinhas.	Com duas edições, já foi possível comprovar que a comunidade se apoderou da ideia e que é possível se realizar em outros anos, sendo que cada ano, é possível trazer uma novidade.

QUADRO 3- Quadro comparativo dos órgãos envolvidos no projeto das Caminhadas Internacionais da Natureza.

Fonte: Secretaria de Turismo de Castro, Emater, Anda Brasil.

O local que realiza um evento dessa categoria deve estar bem preparado para receber atletas/ visitantes e apresentar condições positivas de receptividade, proporcionando, ao visitante, momentos de tranquilidade e também de lazer.

Os entrevistados declararam que os principais pontos negativos da caminhada foram a falta de bancos e mesas, seguido da falta de opções gastronômicas, pois alguns entrevistados eram vegetarianos e não comiam alimentos de origem animal, a falta de sinalização na estrada que conduzia para o local da realização da caminhada e por fim a ausência de barracas com alimentos para serem adquiridos durante as paradas, conforme verificado na Tabela 01.

Tabela 1- Pontos negativos citados pelos participantes.

Pontos negativos	Nº de indivíduos	de (%) relativo à amostra
Falta de bancos e mesas	5	8,62%
Falta de variedades alimentícias	4	6,90%
Falta de sinalização	1	1,72%
Ausência de barracas para compra de alimentos durante as paradas	2	3,45%
Total	12	20,69%

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2016.

Quando se pensa em turismo de eventos esportivos, no caso as caminhadas, como o desenvolvimento turístico de uma região ou município, é necessário conhecer o nível de satisfação dos visitantes, sendo divulgadores da cidade em outros lugares, provocando possível aumento no fluxo de turistas. Dos entrevistados, 63,79% já conheciam a Colônia Terra Nova e 36,21% ainda não a conheciam, 96,56% voltariam a visitar a colônia por outros motivos e apenas 3,44% não retornariam.

A satisfação do turista quanto ao lugar que sedia o evento no quesito como o acesso, o conforto e a hospitalidade pode se tornar um aspecto importante na fidelização do caminhante/turista em eventos futuros. Com relação à situação desses quesitos para a realização do evento da caminhada na natureza, 81,03%

deles apontaram como muito satisfeito, 15,52% satisfeito e 3,45% como muito insatisfeito.

Outro item de grande importância para a satisfação do participante de um evento torna-se uma variável importante para análise da viabilidade do mesmo, pois demonstra sua capacidade de organização. Dos participantes da 2ª Caminhada Internacional da Natureza, circuito Colônia Terra Nova, 74,14% declararam-se “muito satisfeitos”, 24,13% “satisfeitos” e apenas 1,72% muito insatisfeitos, comprovando que o evento promoveu a satisfação da maioria dos participantes da amostra.

A possibilidade de geração de renda durante o evento, com efeito imediato, mas de duração temporária e intensidade significativa (FIG. 09). A geração de renda constitui como fator relevante e é um impacto positivo. Durante o evento foi servido um café para a recepção dos caminhantes dentro do Clube 25 de Julho, o valor por pessoa era de \$15,00 sendo este por adesão, gerando renda para a comunidade que foi responsável pelo preparo, o almoço também foi servido no valor de \$30,00 por pessoa, da mesma forma que o café sendo por adesão do participante, no qual foram servidos pratos da culinária típica alemã. De acordo com Mascarenhas e Gândara (2012) “A gastronomia regional torna-se assim singular, formada pela herança cultural dos povos colonizadores, que trouxeram contribuições para a culinária regional”. O almoço típico pode ser uma forma das pessoas conhecerem os costumes da região onde o evento está acontecendo.

Figura 9- Geração de renda



a. Almoço servido pela comunidade da Colônia.



b. Barracas com comidas feitas por moradores.

Fonte: (fig. a) Prefeitura de Castro, 2016

(fig. b) da autora, 2016.

Foi vendida durante o evento, uma diversidade de alimentos e artesanatos, produzidos por pessoas da localidade, que gerou renda durante o evento, podendo assim ser divulgado os produtos que a região comercializa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados coletados foi capaz de notar a aprovação do público em relação ao evento, e a viabilidade de consolidação para novas edições do evento, pois o nível de satisfação nos pontos abordados como: a organização do evento; os alimentos e bebidas oferecidos; a escolha do percurso e o acesso e hospitalidade da comunidade em referência aos entrevistados teve um alto índice que comprova esse argumento.

A maioria dos participantes é do próprio município, mas tiveram grupos de regiões de fora da cidade, o que ajuda a demonstrar que o evento possui uma divulgação bastante eficaz fora do entorno da região, o site Ecoobooking um dos responsáveis por essa divulgação, conforme os comentários dos participantes que afirmaram que por meio deste site que ficaram sabendo da caminhada. Em geral os entrevistados alegaram que veio por influência de amigos ou parentes, o que demonstra que esse ponto foi de grande divulgação para o evento.

Em relação aos pontos negativos citados em alguns comentários no total de 20,69% da amostra, se pode notar que são questões que podem ser resolvidas pelos organizadores sem prejudicar os próximos eventos.

O predomínio em questão da motivação das pessoas em participar do evento, remete na contemplação da natureza, que afirma o que diversos autores abordam que o stress da vida cotidiana nos grandes centros levam as pessoas ao meio rural pela busca do contato com a natureza. No geral a maior porcentagem em relação à idade e a faixa de 41 e 50 anos, e são pessoas que praticam exercícios frequentemente. E no total de entrevistados o maior numero já conhecia a Colônia Terra Nova.

Diante das análises dos dados da pesquisa foi possível perceber que a caminhada na natureza da Colônia Terra Nova pode ser visto como um evento anual proposto pela prefeitura com a intenção de ser um incentivo para o desenvolvimento turístico da cidade de Castro.

Foi um evento positivo e vantajoso, com a finalidade da promoção do turismo na cidade de Castro, sendo atingido esse objetivo. Em questão a geração de

renda foi de retorno imediato aos organizadores. No entanto, com base nos dados coletados e analisados se conclui que se trata de um evento isolado, com grande êxito na sua organização e no número de participantes, que se deslocaram de diversos lugares do estado para a participação do evento, mas exclusivamente pode-se definir o evento como uma forma de chamar as pessoas para conhecer a região e o município sem vínculo com o turismo rural no momento, pois o local não conta com a infraestrutura necessária para receber turistas que visam hospedar-se no local.

REFERÊNCIAS

ANDA BRASIL (Rio de Janeiro). **Anda Brasil: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CAMINHADAS, atividades esportivas não competitivas e inclusão social**. 2006. Disponível em: <<http://www.andabrasil.com.br/pt-br>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **TURISMO: Segmentação de mercado**. 3.ed. São Paulo: Futura, 2000.

ABEOC. **Associação Brasileira de Empresas de Eventos**. Disponível em: <<http://http://www.abeoc.org.br/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

BAHIA, Mirleide Chaar; SAMPAIO, Tânia Maria Vieira. Lazer – **Meio Ambiente: em busca das atitudes vivenciadas nos esportes de aventura**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Campinas, v. 28, n. 3, p. 173-189, maio 2007. Disponível em: <http://cbce.tempsite.ws/revista/index.php?journal=RBCE&page=article&op=viewFile&p_ath%5B%5D=30&path%5B%5D=37>. Acesso em: 12 nov. 2016.

BAHL, Miguel. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. . **DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL**. 2004. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Ministério dos Esportes. **Impactos econômicos da realização da Copa 2014 no Brasil**. 2010. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/futebolDireitosTorcedor/copa2014/estudoSobrelmpactosEconomicosCopaMundo2014.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo rural: orientações básicas**. Brasília, 2009. 53 p.

CARNEIRO, R. A. **Identificação do comportamento do turista de eventos esportivos a partir de uma análise de critérios de avaliação dos serviços turísticos na Cidade de Maringá**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

CASTRO TURISMO, 2015. . Disponível em: < <http://http://www.castro.tur.br/>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998. 286 p.

Ecobooking . **Sistema de Gestão do Turismo**. Disponível em: < <http://www.ecobooking.info/SiteInstInstitucional.php?OpT=SiteOqueE>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

Festa alemã comemora 80 anos da colônia Terra Nova **Gazeta do Povo**, Ponta Grossa, 11 jul. 2013. Disponível em: < <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/festa-alema-comemora-80-anos-da-colonia-terra-nova-c2qs0rv77lbi8ebcwgqp390su> >. Acesso em: 22 jan. 2017.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2012.

GOIDANICH, K. L.; MOLETTA, F. V. **Turismo Esportivo**. Porto Alegre: SEBRAE, 1998.

IBGE - **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Novembro de 2016. Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410490&search=parana|castro|infograficos:-informacoes-completas>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

IPARDES. **Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. Caderno estatístico município de Castro**. Junho, 2016. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=84160>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

MAACK, R. **Notas preliminares sobre clima, solos e vegetação do Estado do Paraná. Curitiba, Arquivos de Biologia e Tecnologia**. Curitiba: 1948. Disponível em: < http://www.uepg.br/dicion/campos_gerais.htm/>. Acesso em: 12 nov. 2016.

MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. **Comida de festa: o potencial de atratividade turística da gastronomia nas colônias de imigrantes em Castro/PR**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. 9, n. 1, p. 132 - 150, junho 2012.

MATIAS, M. **Organização de eventos**. São Paulo: Manole, 2001.

MEIRELLES, G.F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: Editora STS, 1999.

MOLLETA, V. F. **Turismo rural**. Porto Alegre: Sebrae, 2002.

NETO, M. F. P. **Marketing de Eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

PARANÁ. EMATER. . **Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural: Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural**. Disponível em: <<http://www.emater.pr.gov.br/>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

PIRES, Paulo dos Santos. **A paisagem rural como recurso turístico**. In: **RODRIGUES, Adyr Balastrieri** (Org.). **Turismo rural praticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 117.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CASTRO. **Castro** Disponível em: <http://www.castro.pr.gov.br/index.php/noticias/849-colonia-terra-nova-completa-80anos>. Acesso em 27 de junho de 2016.

REIS, C. A. **Megaeventos e Turismo: uma breve revisão**. IN: RODRIGUES, P.R; PINTO, M.M.L; TERRA,R.; DACOSTA, P.L. (ORG). Legados de Megaeventos Esportivos. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2008 p. 233.

RUBIO, Kátia. **As muitas dimensões do legado de Megaeventos Esportivos. A dimensão multifacetada do legado: do acadêmico ao social**. In: RUBIO, Kátia (org.). Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007. v. 1. p. 161-170.

SEBRAE. **Turismo de eventos**. Disponível em: <http://bis.sebrae.com.br/conteudoPublicacao.zhtml?id=4672>> Acesso em 27 de novembro de 2016.

SCHMOLINSKY, Gerhardt. **Atletismo**. 3. ed. Lisboa: Estampa, 1992.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

TONIOL, Rodrigo; STEIL, Carlos Alberto. **O idioma ambiental e a promoção de caminhadas na natureza: etnografia de uma política de turismo rural no vale do Ivaí, Paraná**. Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, n. 122, p.295-295, 2012.

VIEIRA, Valter Afonso. **As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing**. Revista FAE, Curitiba, v. 5, n. 1, p.65, 2002.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo** / David C. Watt; trad. Roberto Cataldo Costa – Porto Alegre: Bookman, 2004.

APÊNDICE A – Questionário de coleta de dados

Questionário de coleta de dados Caminhada Internacional da Natureza da Colônia Terra Nova

1. Onde você mora?

2. Já participou de outra Caminhada da Natureza?

3. A que faixa etária você pertence?

() 0-20

() 21-30

() 31-40

() 41-50

() 51-60

() Mais de 61

4. Com que frequência você pratica caminhadas?

() Regularmente

() De vez em quando

() Raramente

5. O que te motivou a participar da caminhada?

6. Como você ficou sabendo sobre a caminhada?

() Anúncio (TV ou rádio)

() Amigo / Parente

() Publicidade direta

() Busca online

() Colega de profissão

() Outro (por favor, especifique):

7. Você já visitou a Colônia Terra Nova?

() Sim

() Não

8. Quão satisfeito você está com os seguintes itens?

	Muito Satisfeito	Satisfeito	Indiferente	Insatisfeito	Muito insatisfeito
Organização do Evento					
Alimentos e bebidas oferecidos					
A escolha do percurso					
O acesso, conforto e hospitalidade					
A qualidade do atendimento					

9. Você ficou satisfeito com a organização da caminhada?

() Sim

() Não

10. Você voltaria visitar a região?

11. Você possui algum comentário ou sugestão sobre como pode-se melhorar na próxima edição da caminhada?