

# O CAMINHO DO VINHO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR: um território turístico em (trans)formação

**Daniel Fernando Queiroz Martins**

Doutorando em Geografia  
Universidade Federal do Paraná  
danielqzs@gmail.com

**Adriana da Igreja**

Mestranda em Geografia  
Universidade Federal do Paraná

**Ana Paula Bistaffa de Monlevade**

Doutoranda em Educação  
Universidade Federal de Mato Grosso

**Angela Maria Carrion Carracedo Ozelame**

Mestranda em Turismo  
Universidade do Vale do Itajaí

**Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira**

Doutor em Geografia  
Universidade Federal do Paraná

Recebido: 17 de junho, 2016

Aprovado: 17 de novembro, 2016

## RESUMO

O turismo enquanto dinâmica social e atividade econômica, é o objeto de investigação deste estudo que tem como cenário a Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais/PR. Trata-se de um território em estado de trans(ormação) pelo turismo. Apresenta-se um breve diagnóstico sobre o turismo na Colônia Mergulhão, com base em discussões teóricas acerca do turismo em área rural e as novas relações de produção no espaço rural. Metodologicamente a pesquisa foi construída com base no levantamento de questões específicas sobre essa realidade, mostradas pelos atores envolvidos, a saber: a) A prefeitura municipal; b) Empresários do turismo local; e, c) Associação Caminho do Vinho Colônia Mergulhão (ACAVIM). Revelaram-se os pontos fortes e fracos sobre o turismo na Colônia, assim como as oportunidades e ameaças a que a mesma está exposta. Concluiu-se que o turismo, organizado através do roteiro Caminho do Vinho, possibilitou importantes ganhos para a comunidade e a sua manutenção enquanto principal atividade econômica está baseada na união dos antigos produtores rurais, hoje empresários do turismo. Estes têm em torno da cultura italiana o seu maior diferencial competitivo, que só poderá manter-se sólido através de uma gestão participativa dos envolvidos.

**Palavras-chave:** Caminho do Vinho. Turismo rural. Território turístico.

## INTRODUÇÃO

O turismo cada vez mais é considerado uma alternativa para a promoção do desenvolvimento e redução das desigualdades regionais; a valorização cultural; o intercâmbio de informações e a preservação das características ecológicas locais. No Brasil, o processo de planejamento sistemático do turismo em escala nacional é recente, de forma que, foi apenas em 2003 que ocorreu a estruturação de um ministério exclusivo para esse assunto, o Ministério do Turismo (MTur).

Na região Sul do país, nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul, as iniciativas regionais ganharam forças, através do incentivo ao turismo de Negócios e Eventos, o Turismo Rural e o Turismo de Lazer, antes mesmo da estruturação de uma política nacional para o turismo. O Paraná, juntamente com Santa Catarina, na década de 1990, iniciaram um processo de Planejamento e Organização dos seus territórios para o turismo, lançando uma série de ações em prol da atividade, entre elas, a estruturação de roteiros turísticos competitivos. Esses roteiros, em sua maioria, tiveram como fundamento as comunidades locais, o meio rural e, como elemento diferenciador, a colonização estrangeira.

Desta maneira, surgiram alguns roteiros regionais no Paraná, sobretudo na região metropolitana de Curitiba, que foram nomeados de caminhos ou circuitos. A exemplo tem-se o Circuito Italiano no município de Colombo e também o Caminho do Vinho no município de São José dos Pinhais, na Colônia Mergulhão, ambos com o planejamento iniciado no ano de 1999. A iniciativa de criação dos circuitos nasceu de órgãos da gestão pública vinculados ao governo do Paraná, como a Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC), Paraná Turismo e Ecoparaná, em parceria com os governos municipais. Essa iniciativa objetivou promover o desenvolvimento do turismo rural como alternativa para comunidades localizadas em áreas de mananciais.

Especificamente, o Caminho do Vinho da Colônia Mergulhão em São José dos Pinhais, foi criado com o objetivo de fomentar ações de desenvolvimento local, divulgar o folclore, o artesanato e as comidas típicas e, ainda, promover a valorização do patrimônio histórico-cultural, por meio do estímulo à preservação e conservação das casas históricas. Além disso, busca valorizar a qualidade dos produtos comercializados como vinho colonial, suco, produtos coloniais e agrícolas, transformando a região em um “destino turístico” diferenciado. Após 17 anos de criação (2016) o Caminho do Vinho é um destino turístico consolidado da região metropolitana de Curitiba, porém passando por desafios diversos na comercialização de produtos e serviços.

Destarte, este estudo tem por objetivo discutir algumas questões relevantes ao processo de planejamento e gestão do turismo rural, especificamente no roteiro do Caminho do Vinho, a fim de se compreender o atual estágio de articulação dos atores envolvidos bem como as oportunidades e desafios aparentes na gestão do roteiro.

151

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma abordagem qualitativa, pois coaduna-se Oliveira (2001, p. 116): “O pesquisador vai interpretar o mundo real a partir das perspectivas subjetivas dos próprios sujeitos sob estudo [...] o pesquisador tem que sentir dentro de si mesmo a experiência do sujeito” e este tipo de abordagem “está interessada no modo como diferentes pessoas dão sentido às suas vidas” (Bogdan & Biklen, 1994, p. 50). Segundo os objetivos da pesquisa, trata-se de uma investigação exploratória, uma vez que, referenciando Gil (1995) “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (p. 45).

Para a compreensão da atual realidade do Caminho do Vinho, discutiu-se, teoricamente, assuntos relativos ao Turismo Rural, Desenvolvimento, Planejamento e Gestão do Turismo. Para o levantamento das informações realizaram-se (2) entrevistas semiestruturadas com empresários locais, bem como com gestores públicos envolvidos no processo de criação e

gestão do roteiro. De forma específica, utilizou-se da técnica de análise SWOT (FOFA) para apresentar as Forças e Fraquezas internas e as Oportunidades e Ameaças externas ao Caminho do Vinho.

## TURISMO RURAL: DISCUSSÕES TEÓRICAS E MERCADOLÓGICOS NO BRASIL

### A urbanidade do rural

A prática do turismo no Brasil não é recente, visto as inúmeras possibilidades paisagísticas e histórico-culturais de seu território, porém a organização da atividade com visão estratégica e planejada ainda é contemporânea e, dentre várias possibilidades de segmentos, uma que vem ganhando destaque no cenário nacional é o Turismo Rural. Segundo Sirgado (2001), no Brasil, a organização da atividade iniciou-se em Lages (Santa Catarina), na Fazenda Pedras Brancas, em 1984, em que foi constituída uma Comissão Municipal de Turismo a qual sustentou o lançamento de um projeto piloto que obteve sucesso e abriu caminho à emergência de um novo produto na oferta turística brasileira.

O meio rural brasileiro vem passando por profundas transformações nas últimas décadas, deixando de ser considerado apenas espaço de vocação exclusiva do setor agropecuário, dando possibilidades a outras formas de arranjos produtivos, como o Turismo, que pode tornar-se vetor de valorização do território, com menor ônus social que as formas tradicionais de produção costumam provocar.

Muitos autores travam debates sobre os conceitos que envolvem o turismo rural, devido à diversidade das ruralidades brasileiras; possibilidades de atividades associadas e, sobretudo, à existência de áreas com características tanto rurais como urbanas, chamadas de áreas “rurbanas”, ou mesmo a ocorrências de “urbanidades no rural” que, segundo Rua (2006) difere daqueles que falam de uma “urbanização do rural”. Esta levaria ao desaparecimento do rural que se tornaria urbano, enquanto aquela preservaria as especificidades do rural, contudo, considerando-o como um território híbrido, onde urbano e rural interagem.

Tendo em vista a dinamicidade do rural brasileiro torna-se cada vez mais complexo separar o rural do urbano, e, desta maneira, preferimos considerar a existência de múltiplas realidades do território, cada uma com suas peculiaridades, dinâmicas, processo de formação e transformação. Sobre este assunto Santos (2012) pondera que:

Considerada em um ponto determinado no tempo, uma paisagem representa diferentes momentos do desenvolvimento da sociedade. A paisagem é o resultado de uma acumulação da sociedade. Para cada lugar, cada porção do espaço, essa acumulação é diferente: os objetos não mudam no mesmo lapso de tempo, na mesma velocidade ou na mesma direção. (p. 55)

Desse modo, este artigo, se atenta mais em investigar as formas de planejamento, promoção e desenvolvimento do turismo, e seus reflexos sobre a Colônia Mergulhão, a simplesmente travar exaustivo debate teórico sobre definições e conceitos do que é ou não é rural.

Para Campañola e Silva (2000), o Turismo Rural está relacionado a qualquer atividade de lazer e turismo que seja realizada em áreas rurais. Este conceito é complementado por Zimmermann (1996) como uma atividade turística realizada no meio rural, comprometida com a produção agrícola e com o desenvolvimento local, onde sua demanda é bastante específica, considerando a produção como fator agregado. Em uma abordagem mais socioeconômica Almeida e Riedl (2000) consideram que este segmento é conhecido como atividade turística que ocorre na zona rural que surge como alternativas para proprietários rurais na atual crise fundiária, atrelada à falta de incentivos ao homem do campo.

Investigar o Turismo Rural implica, antes de tudo, em conhecer a diversificação geomorfológica do espaço rural brasileiro, da cultura do homem do campo, as mudanças políticas e econômicas atuantes e os arranjos territoriais que se formam. Segundo Bloss (2000), o crescimento econômico da atividade ratifica a rentabilidade do turismo rural sobre as culturas tradicionais. Além de uma prática social, o turismo é uma atividade econômica, cada vez mais presente no rural brasileiro e, como tal, torna-se importante analisar seus efeitos sobre a paisagem considerando a relação entre a economia e a sustentabilidade ambiental.

Afinal, não se deve esquecer que os componentes naturais da paisagem, isto é, ar puro, o sol, as montanhas [...] são inteiramente gratuitos. Eles estão à livre disposição de todos, ou quase. Eles não têm preço. De certa forma são o bônus do pacote. É por esta razão que muitas regiões liquidam seus recursos, sem se dar conta de que estão perdendo, cada vez mais, a própria independência. (KRIPPENDORF, 1989). Neste contexto:

La nueva ruralidad plantea la necesidad de reconocer la multifuncionalidad de las zonas rurales y sus oportunidades para el desarrollo desde las diferentes dimensiones que interrelacionan de forma transversal en el territorio: la ambiental, la económica, la cultural, la política, la institucional, entre otras (Estrada & Gerritsen, 2012, p. 319).

Em linhas gerais, comunga-se com Oxinalde (1994) ao considerar que o turismo rural engloba modalidades de turismo que não se excluem e que se completam, de forma tal que o turismo no espaço rural é a soma de ecoturismo e turismo verde e turismo cultural e turismo esportivo e agroturismo e turismo de aventura e também turismo gastronômico e enoturismo, dentre outros.

### **Novas relações de produção no espaço rural e a necessidade do planejamento**

As dificuldades encontradas, principalmente, pelo pequeno produtor fizeram com que este buscasse formas alternativas para sua sobrevivência e é nesse contexto que a atividade turística tem seu incentivo em vários estados brasileiros, inclusive no Paraná. Destarte, considera-se o Turismo Rural como alternativa ao pequeno produtor configurando-se, assim, como Agricultura em Tempo Parcial ou uma unidade Agrícola de trabalhos múltiplos ou mesmo Pluriatividade, que Fuller e Brun (como citado em Shneider, 2003) denominam como:

[...] diferentes atividades e interesses dos indivíduos e famílias que vivem na unidade produtiva. A pluriatividade implica que uma forma de gestão do trabalho agrícola se encontra sempre incluída, podendo ou não ser, no entanto, uma atividade exclusiva ou mesmo a atividade mais importante[...] (p. 77).

A realidade paranaense, sobretudo esta aqui analisada, tem revelado também outras conjunturas, como é o caso da dedicação quase que integral de alguns produtores ao turismo, havendo profundas modificações nas relações familiares, comerciais, de trabalho, na paisagem e nos processos produtivos; no entanto, ainda é possível afirmar que persiste uma essência rural amalgamada sobretudo pela herança cultural da ruralidade italiana, percebida e sentida em diversos aspectos da Colônia, como será apontado mais adiante.

As pequenas propriedades da Colônia Mergulhão estão se transformando por conta das novas conjunturas econômicas, neste caso pelo turismo, considerando seus efeitos positivos ou negativos segundo a perspectiva dos envolvidos, neste caso, os produtores empresários da própria Colônia. Oliveira (1996) aponta algumas transformações na agricultura brasileira que se enquadram na realidade ora abordada: Transformações dos camponeses em capitalistas; Mundialização da economia; Territorialização do Capital; Aumento do trabalho assalariado e trabalho familiar camponês; A unidade contraditória entre a cidade e o campo. É certo que não se trata de uma generalização, mas diversos destes aspectos se aplicam à dinâmica turística do Caminho do Vinho, em que os produtores locais (hoje empresários do turismo), vêm promovendo uma 'rearticulação da pequena produção com o capital comercial' (Silva, 2003), em função das mudanças tecnológicas e econômicas. Ressalta-se que o rural brasileiro não é uniforme, é múltiplo e não é possível restringir as características do campo no Brasil apenas a estas realidades.

Sobre as análises turísticas no espaço geográfico Coriolano e Silva (2005) apontam que explicar o turismo implica estudar o espaço geográfico, pois os turistas viajam para conhecer lugares, havendo, portanto, uma relação estreita entre o Turismo e a Geografia. O turismo materializa-se de forma contundente na lógica da diferenciação geográfica dos lugares e das regiões, resultado da ação humana formando um conjunto indissociável de objetos e de ações (Santos, 2006). A territorialização do turismo é o processo que levará a criação de um território turístico, e segundo Candiotto (2010), este corresponde ao espaço onde se efetivam as relações de poder entre os atores sociais envolvidos com o turismo. Assim, quando um projeto ou estabelecimento turístico se instala, inicia-se um processo de

territorialização do turismo, inserindo novas territorialidades ao local, formando novas dinâmicas que merecem ser estudadas.

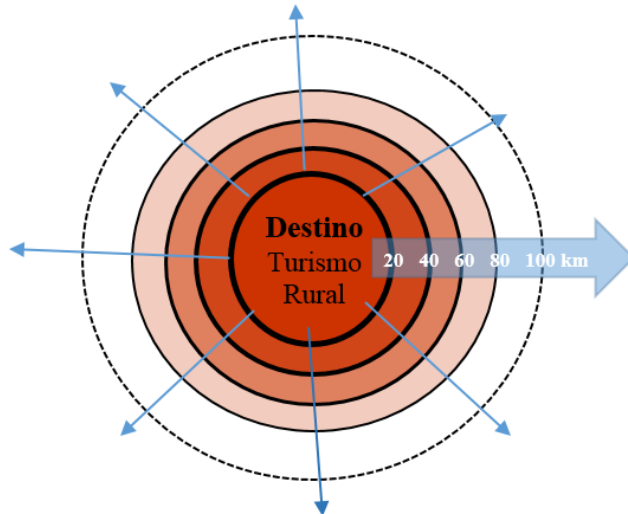
A ruralidade é um atrativo turístico que a cada dia encontra adeptos a consumi-lo. Trata-se de conhecer o campo como ele se apresenta. Muitas propriedades se formam em locais de beleza natural ímpar, com belas paisagens e importantes recursos turísticos. Outras também guardam em si toda história de anos ou mesmo séculos, imortalizada na memória de seus habitantes ou em construções e relíquias antigas, como é o caso da Colônia Mergulhão. Mas o que sustenta a busca pelo campo, pelo rural e o que faz este rural ser tão significativo é a sua “ruralidade”, ou seja, um conjunto de fatores históricos ou culturais no meio rural que expressa o cotidiano no campo.

A revitalização das pequenas propriedades e do espaço rural buscando formas alternativas de reanimação econômica e de valorização dos moldes de vida do homem do campo podem ser um fator de promoção do desenvolvimento regional, pelo turismo, a partir das atuais feições do espaço rural, com uma possível produção de um local adequado à recepção de visitantes. Mas não é possível continuar sustentando a utopia de que o turismo não promove um grau de especialização empresarial aos proprietários e que também não molda estilos de vida, técnicas e arranjos produtivos nas localidades em que se desenvolve. O turismo acelera a inserção do camponês produtor (neste estudo, o colono produtor) na dinâmica capitalista vigente.

Uma das características que se observa no desenvolvimento do turismo em meio rural é que normalmente a demanda destes destinos é mais intensa a partir da própria região (Figura 1), perdendo força à medida que se estende para localidades mais distantes. Trata-se então de atividades locais, com demandas locais; diferente de outras possibilidades turísticas de atratividade nacional ou internacional, influenciando inclusive a forma em que a cadeia produtiva se constitui e a necessidade de planejamento, gestão e estratégias pautadas nessa característica.



Figura 1 – Enfraquecimento da demanda do T. R. conforme a distância do local emissor.



Fonte: Os autores (2016).

Portanto, o turismo em áreas rurais vem se tornando pauta das discussões políticas de estratégia de incentivo ao desenvolvimento regional. No âmbito do turismo rural, com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, estas estratégias ficaram mais evidentes e melhor ordenadas, com reflexos nas esferas estaduais, municipais e na sociedade organizada, sobretudo, com a elaboração das Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil em 2004, pelo MTur.

Assegurar o desenvolvimento das regiões turísticas do Brasil através do fomento de políticas eficientes é a grande responsabilidade dos gestores públicos. O Ministério do Turismo, juntamente com secretarias municipais e estaduais, devem estar atentos às necessidades e características locais para o desenvolvimento. Isso é imprescindível também na área rural, pois a fixação de estratégias que garantam a manutenção da qualidade de vida e o uso sustentável dos recursos, só é possível com o devido planejamento da atividade.

Considera-se que as políticas públicas para o desenvolvimento do turismo no Brasil tiveram alguns avanços e conquistas, principalmente nas décadas de 1990 e 2000, porém, é visível e passível de críticas a atuação da esfera pública na continuidade de tais políticas, especialmente, nos últimos 5 anos. O turismo de forma geral e neste contexto insere-se o

turismo rural, não vem recebendo a devida atenção, investimentos e esforços dos planejadores para o seu desenvolvimento, como se observa em diversos outros setores (o agronegócio, por exemplo). Os produtores rurais, sobretudo os pequenos, ainda encontram dificuldades de se apoiarem no turismo como alternativa produtiva, visto a deficiência histórica de políticas e incentivos a este setor, que infelizmente, parece que se perpetuará por um bom tempo.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### São José dos Pinhais – dos indígenas aos colonos

O território de São José dos Pinhais, inicialmente habitado por índios, sofreu a primeira incursão de colonizadores brancos em 1642 em busca de jazidas de ouro, dando origem aos primeiros povoados da região, mas o município só teve sua organização administrativa instalada em 1853. Ao longo dos anos a cidade cresceu e tem se destacado por seu parque industrial, sendo o terceiro polo automotivo do País. Somando-se isso com a produção de alimentos, o município figura como o terceiro com maior arrecadação no Paraná. O núcleo urbano de São José dos Pinhais é um dos maiores e mais antigos do estado, situado a 15 km de Curitiba, tem uma população estimada em 287.895 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015). Juntamente com a capital e outros 27 municípios compõem a Região Metropolitana de Curitiba – RMC.

O desenvolvimento do município contou com a participação de imigrantes europeus que, no final do século XIX e início do XX, devido a conflitos políticos na Europa e incentivos brasileiros, se fixaram na região. Grupos de italianos e ucranianos se instalaram na região, os primeiros deram origem à Colônia Mergulhão; e os segundos às Colônias de Castelhanos e Marcelino.

### A Colônia Mergulhão

A Colônia Mergulhão está localizada na área rural de São José dos Pinhais, entre as Colônias Acyoli, Murici e Rio Pequeno, a 10 km da sede do município de São José dos Pinhais, sendo as famílias Daldin, Bortolan, Bim, Juliatto, Pissaia e Posobom as primeiras que se estabeleceram, trazendo a tradição da produção artesanal do vinho e outros costumes. Esta região recebeu um considerável contingente de imigrantes no Brasil, entre 1870 e 1920, saindo do porto de Gênova na Itália, e de outras regiões como Sicília, Sardenha e Calábria. A fonte de renda dos primeiros imigrantes era baseada na extração da madeira, de erva mate e da plantação das oleícolas. Hodiernamente, o turismo tornou-se a principal fonte econômica local. Segundo a população local e guias de turismo atuantes na região, a Colônia Mergulhão possui esse nome devido ao grande número de pássaros aquáticos que viviam na região, como o Mergulhão Caçador (*Podilymbus Podiceps*).

### O Caminho do Vinho

A identificação do potencial turístico da região da Colônia Mergulhão ocorreu em 1998, quando foi realizado o inventário para posterior elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais. Em 1999, iniciaram-se as reuniões participativas com a comunidade. Na ocasião, foi apresentada a proposta do projeto de criação de um roteiro turístico intitulado Caminho do Vinho (figura 2).

Figura 2 – Roteiro Turístico do Caminho do Vinho em São José dos Pinhais – PR.



Fonte: ACAVIM (2016).

A Associação Caminho do Vinho – Colônia Mergulhão (ACAVIM) é que administra as atividades do roteiro turístico. Ela foi instituída em 18 de junho de 2004, “surgindo da necessidade de organizar os empreendimentos envolvidos na rota de turismo, buscando preservar a identidade rural da região, trazida principalmente pela etnia italiana” (ACAVIM, 2016). Os associados à entidade se reúnem e decidem, em conjunto, cada situação referente ao roteiro, como apresentado na figura 3, sobre o passeio turístico guiado, oferecido por um dos empreendedores, além do portal de entrada da Colônia Mergulhão que marca o início do Caminho do Vinho e a figura 4, que destaca a padronização da sinalização que identifica os associados. Segundo ACAVIM (2016) “busca-se a auto sustentabilidade para o Caminho do Vinho, mantendo as atividades com recursos vindos dos próprios associados, que contribuem mensalmente com a entidade, e por meio de eventos, como a tradicional Festa do Vinho”.

Figura 3 - Passeio turístico guiado.



Fonte: ACAVIM (2016).

Figura 4 – Identificação dos empreendimentos.



Fonte: ACAVIM (2016).

## Atrativos Turísticos do Caminho do Vinho

Os atrativos do Caminho do Vinho são classificados, pela ACAVIM, em 5 grupos conforme as características dos produtos e serviços oferecidos. São eles: 1) vinícolas<sup>1</sup>, 2) cafés coloniais, 3) lazer e eventos, 4) restaurantes e, 5) outros - que englobam casas históricas, museus, floricultura e demais empreendimentos relacionados às atividades locais. A proporção dos estabelecimentos por grupo é apresentada a seguir, em complemento à descrição das características gerais dos empreendimentos que seguem.

## Breve diagnóstico do Turismo no Caminho do Vinho

Nesta seção apresenta-se um breve diagnóstico sobre o Caminho do Vinho, que foi desenvolvido a partir de:

A) visitas à comunidade utilizando a observação e conversas informais. Ressalta-se que as visitas foram efetivadas em dois momentos diferentes do cotidiano turístico local: 1) finais de semana (sábado e domingo) em que o fluxo turístico é intenso nos empreendimentos; e 2) durante a semana (segunda a sexta) em que o fluxo turístico é menor.

B) aplicação de entrevistas com os empresários e gestores públicos envolvidos no processo de planejamento e gestão do destino Caminho do Vinho. De forma específica, as entrevistas foram aplicadas aos representantes da Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo, em que participaram o Secretário, o Diretor de Turismo e um Técnico do Setor de Turismo. Além disso, entrevistou-se um representante da Associação Caminho do Vinho Colônia Mergulhão (ACAVIM). Participaram também os empresários do Caminho do Vinho, associados ou não à ACAVIM.

---

<sup>1</sup> Neste caso não se trata de propriedades produtoras de uva, apenas beneficiadoras que produzem vinhos, sucos e seus derivados. A região não produz uva devido à incidência de pragas e doenças, como a pérola-da-terra (*Eurhizococcus brasiliensis*), que ainda não foram controladas. A uva utilizada é comprada do Estado do Rio Grande do Sul.

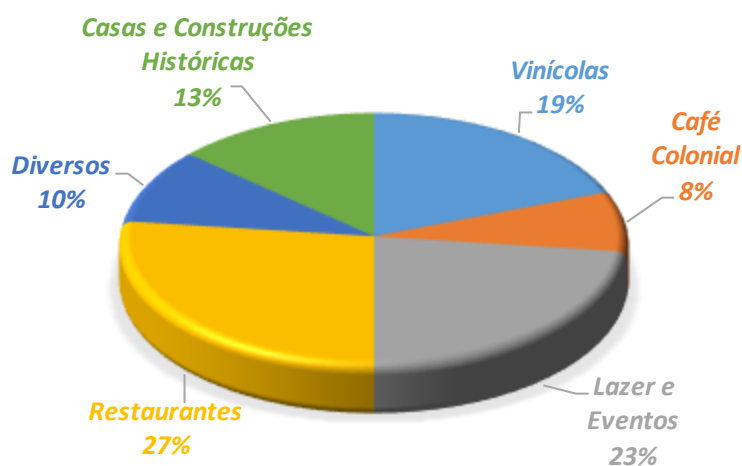
Os estabelecimentos do Caminho do Vinho foram agrupados de acordo com o tipo de serviço, seguindo a classificação da ACAVIM. Na figura 5 apresenta-se a proporção de estabelecimentos associados e não associados à ACAVIM. Já a figura 6 representa a proporção dos estabelecimentos atuantes no Caminho do Vinho em 2016, por grupo.

Figura 5 – Proporção de estabelecimentos associados e não associados à ACAVIM.



Fonte: Os autores (2016).

Figura 6 – Proporção de estabelecimentos no Caminho do Vinho.



Fonte: Os autores (2016)

Dos cinquenta e dois (52) empreendimentos identificados, os dirigentes de dez (10) empreendimentos participaram deste estudo, sendo dois (2) de vinícolas, dois (2) de restaurantes, três (3) de espaços de lazer/eventos e dois (2) de cafés coloniais. Além disso, aplicou-se a entrevista a um empreendedor, que no momento da pesquisa (2016) não estava associado à ACAVIM, mas apresentou pretensões de associar-se.

A maioria dos empreendimentos do Caminho do Vinho estão associados à ACAVIM –82,7%. Segundo alguns empreendedores não associados, há uma certa resistência dos associados em aceitar novos empreendimentos, pois se prioriza aqueles que se comprometem com as características coloniais dos produtos e serviços oferecidos, em acordo com o estatuto da associação. Um empreendedor não associado apontou: **“tem gente que tem o pensamento que não pode ter nada que não seja feito aqui”**, em referência à resistência dos associados à ACAVIM em relação ao seu empreendimento.

Todos os empreendedores associados à ACAVIM avaliaram como positiva a atuação do poder público municipal apontando as melhorias estruturais da Colônia Mergulhão, desde a criação do Caminho do Vinho, como: o calçamento de ruas, iluminação, segurança e apoio ao marketing e estruturação do roteiro, como indica um dos entrevistados: **“a prefeitura está sempre melhorando a sinalização, o acesso e promovendo as caminhadas na natureza, que são vitrines para o Caminho do Vinho”**. As críticas à prefeitura municipal partiram, sobretudo, dos dirigentes que não participam da ACAVIM, um deles apontou que **“a prefeitura tem que divulgar mais o roteiro e dar mais incentivos às novas empresas que estão investindo no roteiro”**.

Observou-se que entre os associados existem divergências, mas impera o espírito de união e cooperação mútua, visto que a comunicação entre os associados é eficaz, através das reuniões mensais e uso de mecanismos de comunicação multiplataforma como o WhatsApp. O grupo de Dança, o Coral e os eventos promovidos no Caminho do Vinho também são estratégicos para a manutenção da proximidade e da cooperação entre os empreendedores. Segundo a representante da ACAVIM, as demandas dos associados, sejam



de estrutura, treinamento ou de organização jurídica se tornam mais fáceis de serem atendidas por partirem de um grupo relativamente coeso, pois uma estratégia que é traçada tende a beneficiar mais de um empreendedor ao mesmo tempo.

Todos os dirigentes, entrevistados, avaliaram como positiva a participação na ACAVIM, por conta das conquistas e da promoção de estratégias conjuntas de marketing e comercialização do roteiro, mas, em complemento, alguns empreendedores apontaram que hoje essas estratégias já se efetivaram, sendo necessário que a associação tenha novas ações de apoio aos empreendedores.

Em geral, observou-se que os entrevistados associados entendem o papel da ACAVIM e avaliam como positiva a sua existência, contudo, a consideram como uma entidade externa a eles e a seus empreendimentos. Constatou-se que nas falas de alguns empreendedores um certo grau de distanciamento entre o empreendimento/gestor e a ACAVIM, ao contrário, apenas um dos dirigentes entrevistados deixou transparecer que a associação, com suas forças e fragilidades, é de responsabilidade deles – os associados. A maioria dos empreendedores não se colocou como parte responsável pelas ações da associação ACAVIM, alegando serem responsabilidade dos dirigentes, em especial de quem a preside.

Constatou-se ainda que a maior parte dos empreendimentos foi estruturada após a criação do Caminho do Vinho, porém algumas vinícolas estão ativas há mais de 25 anos. Estas, começaram a organizar suas questões jurídicos-legais para o comércio de produtos, especialmente no que diz respeito a estruturação do roteiro. A partir das entrevistas e pesquisas de campo, verificou-se que as empresas estão passando por mudanças administrativas. O modelo familiar ainda é a característica principal da administração da maioria dos empreendimentos, porém constata-se a ampliação e modernização das estruturas e processos, sobretudo no que se refere ao uso de ferramentas tecnológicas para a questão da produção, da comercialização e também de questões jurídico-contábeis.

Segundo os associados, isso deve-se a dois fatores principais: a) A transição da administração dos empreendimentos para novas gerações (filhos e netos dos primeiros empreendedores), b) Atuação da ACAVIM na orientação aos membros associados, a fim de acompanharem as exigências sanitárias e jurídicas impostas aos empreendimentos. Ainda sobre o primeiro fator, a respeito da transição administrativa para novas gerações, ficou evidente que a maioria dos dirigentes são jovens (idade entre 25 e 40 anos) e possuem formação em cursos relacionados à vocação empresarial local, como: Gastronomia, Nutrição, Enologia, Direito e Administração.

A estruturação do Caminho do Vinho possibilitou mudanças econômicas, sociais e territoriais para a Colônia Mergulhão, a saber: infraestrutura, segurança, alternativas econômicas aos produtores, qualificação profissional, diminuição do êxodo rural, qualificação empresarial e profissional, aumento do número de postos de trabalho. Em continuidade, os entrevistados apontaram que houve progresso na qualidade de vida dos moradores ao passo que também a atividade turística contribuiu para a alteração no ritmo de vida local, tornando a colônia menos calma, devido à constante presença de visitantes e também ao aumento de roubos e furtos aos estabelecimentos.

Por fim, os empreendedores foram questionados sobre como veem o Caminho do Vinho no futuro. Constatou-se que todos os associados, divergindo dos não associados da ACAVIM, têm uma preocupação sobre o crescimento da demanda, capacidade de organização na recepção e atendimento dos visitantes, mas, sobretudo, inquietações sobre a manutenção das características típicas da Colônia, como cita um dos entrevistados: **“eu tenho uma preocupação quanto a isso, porque para atender mais pessoas, vai precisar de mais empreendimentos, então o meu medo é que tire as características do lugar”** outra empreendedora assinalou que **“vender coisas de outros estados eu sou contra, por que quando eu vou para Minas Gerais eu quero comprar uma coisa de lá, não quero comprar coisa do Caminho do Vinho [...] não é porque hoje estamos no topo que tudo isso aqui pode cair”**. De forma oposta, a despeito desta mesma questão, um empreendedor não associado argumentou que **“todo mundo vende o mesmo doce de leite, vou procurar um**

outro fornecedor, de outro lugar, para ter um produto diferente”, revelando que a preocupação com a manutenção das características locais dos produtos não é uma prioridade, pois para ele é fundamental buscar alternativas para a diversificação da oferta, independentemente das características do produto.

### **Breve diagnóstico do Caminho do Vinho: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças**

A partir das entrevistas realizadas com representantes da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, da ACAVIM e empreendedores locais, apresentam-se alguns apontamentos organizados segundo a Matriz SWOT. Os dados evidenciados podem servir de base para a elaboração de um planejamento estratégico do Caminho do Vinho, utilizando-se uma metodologia participativa, em que novos critérios podem ser formulados e o grau de prioridade dos mesmos deve ser definido pelos atores envolvidos.

Quadro 1 – Análise SWOT do Caminho do Vinho, da Colônia Mergulhão/PR.

Forças: Vantagens Internas Competitivas
<p><b>Autonomia:</b> Hoje, a atividade turística no Caminho do Vinho não é dependente dos gestores públicos (prefeitura), pois a maioria das estruturas básicas para seu funcionamento já foram conquistadas (cursos, incentivos, calçamento e segurança). A constituição da ACAVIM trouxe autonomia das decisões sobre o turismo local, facilitando inclusive a representatividade dos empresários de turismo junto às demais instâncias de governança.</p>
<p><b>Infraestrutura:</b> A infraestrutura no roteiro assemelha-se à da área urbana. A Colônia possui energia elétrica, saneamento básico, pavimentação e outras estruturas básicas para benefício da comunidade e dos visitantes. A estrutura turística é presente, como sinalização e identificação dos empreendimentos.</p>
<p><b>Atratividade:</b> A atratividade da região é variada, contando com vinícolas, restaurantes, cafés coloniais, espaços de lazer e eventos, lojas de artesanato. A gastronomia típica italiana, a produção de vinho, embutidos e outros produtos locais, o artesanato, a arquitetura e a produção de hortaliças formam a base dos atrativos locais.</p>
<p><b>Informação/divulgação:</b> O destino encontra-se organizado, com informações disponíveis em folhetos do Caminho do Vinho e das propriedades, além de um sítio na Internet com informações detalhadas e, a maioria das propriedades possui página própria de divulgação. Além disso, há uma Linha de Turismo com ônibus (figura 3), Guia de Turismo e organização vinculados à ACAVIM.</p>
<p><b>Cultura Italiana/Recursos Culturais:</b> A cultura italiana é que dá identidade ao roteiro, seja através da arquitetura, da produção de vinho e dos alimentos oferecidos e da hospitalidade dos proprietários e suas famílias que contam histórias do passado e, ainda, conservam objetos e costumes típicos dos colonos italianos. Além disso, há diversos eventos anuais que mantêm a temática italiana como forte identidade do lugar, a exemplo a Festa do Vinho, que acontece no mês de agosto.</p>
<p><b>Produção de vinho:</b> Apesar da região não possuir produção própria para abastecer a produção de vinho, há um significativo número de produtores de vinho, que compram uva de outras regiões, mas produzem a bebida aliando conhecimentos tradicionais de família e modernas técnicas e equipamentos para atender às exigências sanitárias vigentes. A produção de vinho, suco e derivados da uva, reforça a identidade do roteiro, sendo fonte de renda de alguns produtores e inclusive gerando postos de trabalho.</p>
<p><b>Gastronomia:</b> A gastronomia, que remete à cultura italiana, com elementos brasileiros, é um dos atrativos mais evidentes da Colônia. Associada ao vinho e seus derivados, de tradições de antigas famílias, é possível encontrar restaurantes que oferecem comida típica italiana, além de lojas que comercializam embutidos e produtos relacionados à proposta gastronômica local.</p>
<p><b>Proximidade ao mercado consumidor:</b> O Caminho do Vinho está distante apenas 15 km de Curitiba e forma, junto com outros 28 municípios, a Região Metropolitana de Curitiba (RMC) com aproximadamente 3,5 milhões de habitantes. Essa proximidade com um mercado consumidor é uma grande força para o Caminho. É crescente, também, a visitação de turistas de outros estados brasileiros, especialmente os da região Sudeste, em maior número dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.</p>
<p><b>Gestão Pública Municipal:</b> A gestão pública municipal possui uma equipe específica para planejar os assuntos do turismo, na forma de uma Pasta Administrativa, com orçamento específico. As ações por ela desenvolvidas acabam influenciando de forma direta e indireta o roteiro do Caminho do Vinho, como: melhoria de infraestrutura, divulgação e apoio financeiro a eventos, como a Festa do Vinho. Além disso, estão em planejamento outras modalidades de lazer e turismo que podem beneficiar diretamente os empreendedores do Caminho do Vinho como o Circuito de Caminhadas da Natureza, as promoções de cicloturismo e outras atividades esportivas que atraem visitas para o local.</p>

**Fraquezas: Vulnerabilidades Internas**

<p><b>Acesso e Sinalização:</b> Apesar da proximidade com a região emissora (RMC), o acesso tem fraquezas relativas à sinalização e organização do fluxo de veículos, sobretudo nos finais de semana (sábados e domingos). Existem poucas placas indicativas nas rodovias de acesso à Colônia e a sinalização turística no Caminho ainda é deficiente.</p>
<p><b>Informação turística:</b> Não há postos específicos de informações turísticas dentro do Caminho, porém o problema é minimizado pelos proprietários que fazem parte do Caminho, que prestam informações e orientações ao visitante, mas a grande maioria dos estabelecimentos só opera nos finais de semana.</p>
<p><b>Desarticulação:</b> Apesar de haver uma gestão participativa do Caminho do Vinho, há ainda desarticulações internas e conflitos que precisam ser resolvidos. Existem vários produtores que não participam da associação ACAVIM e que poderiam somar para a resolução de problemas comuns.</p>
<p><b>Comercialização / Divulgação:</b> O roteiro ainda é pouco divulgado na RMC e outros municípios do Brasil. Apesar de existir um site estruturado da Associação ACAVIM, a comercialização por parte de operadoras de receptivo e agências de turismo ainda precisa ser fortalecida. É uma questão a ser analisada em conjunto com a capacidade de recepção e atendimento do destino.</p>
<p><b>Falta de Planejamento Estratégico:</b> A administração familiar, os conflitos internos, a falta de articulação com as instâncias públicas são alguns fatores que enfraquecem a gestão do roteiro enquanto destino consolidado, sendo necessária uma formulação de estratégias melhor planejada para a manutenção e consolidação do roteiro. Talvez, este seja um dos maiores desafios da Associação: resolver os conflitos locais e formular estratégias de competitividade e posicionamento do roteiro no mercado regional.</p>
<p><b>Sazonalidade:</b> O maior fluxo de visitação se dá nos finais de semana, feriados e também nos períodos de férias escolares (julho e dezembro). Há uma superlotação nos estabelecimentos gastronômicos durante os finais de semana e poucos visitantes nos demais dias. Assim, estratégias para diminuir a sazonalidade devem ser consideradas, a exemplo do incentivo a grupos escolares (turismo pedagógico) e da melhor idade.</p>
<p><b>Equipamentos de Lazer, Recreação e Hospedagem:</b> A gastronomia tem se restringido como a principal atratividade para o roteiro, sendo que a oferta de equipamentos de lazer e recreação para o visitante podem ser ampliadas, bem como de hospedagem. Maior oferta desses equipamentos pode significar maior tempo de permanência no destino, que hoje é de 4 horas em média.</p>
<p><b>Qualificação da mão de obra:</b> A mão de obra ainda é pouco qualificada, restringindo-se ao atendimento familiar e pouca especialização dos serviços de lazer, hospedagem e condução dos visitantes. A melhor especialização concentra-se nos serviços gastronômicos.</p>
<p><b>Ameaça à essência do Turismo Rural e Agricultura Familiar:</b> Devido às pressões urbanas e à mudança das dinâmicas econômicas locais, as atividades básicas ligadas à terra, como a agricultura familiar, correm o risco de perder sua essência. Vale lembrar que a criação do caminho do vinho fez parte de uma estratégia de diversificação da economia para produtores situados em áreas de manancial.</p>

**Oportunidades: Condições Externas Favoráveis**

**Parcerias:** A proximidade com a RMC favorece uma aproximação com instituições e organismos de diversas áreas de atuação que podem estabelecer parcerias para estudos, assessoria e orientação para empresários e profissionais, em especial no que se refere ao fortalecimento da governança local do roteiro, estudos de impacto, ordenamento e planejamento do turismo; gestão da qualidade em gastronomia além de assistência às questões de sustentabilidade e produção rural.

**Mudança de Hábito de Consumo pelo Turista:** Os turistas têm buscado novas formas de práticas turísticas que ampliem suas experiências e aprendizado (turismo de experiência), isso se torna uma vantagem para destinos como o Caminho do Vinho com atrativos histórico-culturais e gastronômicos evidentes. Além disso, os consumidores têm buscado também produtos de alimentos e bebidas de origem mais sustentável e que sejam produzidos com maior consciência ambiental.

**Mercado Interno em Alta:** Como resultado da conjuntura política e econômica atual, os brasileiros têm viajado menos para destinos internacionais. Os visitantes em geral tendem a buscar viagens a distâncias menos longas e com menor duração, com pernoite médio de até três (3) noites. Finais de semana e feriados prolongados têm tido uma procura significativa em regiões turísticas próximas aos grandes centros, de forma especial aquelas que combinam atrativos histórico-culturais, natureza, lazer e gastronomia.

**Integração a outros Roteiros:** A existência de roteiros semelhantes, como o Circuito Italiano em Colombo e o Circuito das Colônias em São José dos Pinhais, significa uma possibilidade de fortalecimento e consolidação de uma região turística, com as mesmas bases atrativas: o rural e o colonial.

**AMEAÇAS – Obstáculos Externos**

**Conjuntura Política e Econômica:** A instabilidade econômica tem gerado alguma resistência de visitantes em investir em viagens de lazer, o que provoca uma diminuição da demanda em alguns destinos turísticos.

**Falta de apoio de Organismos de Turismo:** Ações específicas do Ministério do Turismo e do Governo do Estado do Paraná para o turismo têm sofrido impactos negativos, pela falta de investimento, apoio e participação nos destinos brasileiros. O Plano Nacional de Turismo tem desencadeado pouco apoio a projetos, bem como a Política Estadual de Turismo tem se apresentado insuficiente enquanto arranjos institucionais para o apoio à comercialização de destino.

**Concorrência com outros Roteiros:** Pela desarticulação com outros roteiros locais e regionais, que ainda não estão integrados, há concorrência entre rotas, caminhos e roteiros, tanto de destinos no Paraná como no Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

**Pressão Urbana:** A Colônia Mergulhão tem sofrido muita pressão urbana, visto que a área é cada vez mais urbanizada e com estruturas que podem descaracterizar o roteiro, no que se refere à sua essência: Ruralidade e Cultura Italiana.

Fonte: Os autores (2016).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O meio rural brasileiro é vasto e dinâmico e, neste contexto, a Colônia Mergulhão revelou-se um lugar com características históricas, sociais, e econômicas singulares, apresentando especificidades em que o Turismo Rural surgiu como alternativa às famílias de pequenos produtores rurais e, hoje, desponta como atividade principal, influenciando a formação de novos tipos de relações no espaço, construindo um típico território turístico. As forças locais, os arranjos produtivos, as decisões e conflitos naquele espaço, na atualidade, são determinadas, sobretudo, pela atividade turística.

É necessário que a comunidade da Colônia Mergulhão discuta e construa seu próprio modelo de desenvolvimento a partir do Turismo e atividades associadas; valorizando a forma participativa. Torna-se indispensável também que todas as entidades e atores envolvidos estejam unidos em torno de uma matriz de responsabilidades, segundo critérios coordenados por um grupo gestor, com ações definidas, responsáveis conscientes, prazos e orçamentos determinados. Esse grupo gestor pode se iniciar a partir da própria associação lá existente, a ACAVIM.

Tomando como base algumas evidências apontadas pelo diagnóstico, é possível iniciar uma hierarquização de prioridades e demandas que podem dar origem a novas ações, sob a forma de planos, programas e projetos específicos para o desenvolvimento local. De forma complementar, novos estudos sobre a realidade local são importantes, em especial aqueles relativos à inventariação da oferta e conhecimento da demanda atual e potencial do roteiro. Isso só será possível com o fortalecimento das organizações como a ACAVIM, outras associações e o Conselho Municipal de Turismo do município (COMTUR). Ações como estas tendem a fortalecer as relações com outras entidades externas como universidades, representação de classes e demais instâncias públicas, como a Empresa paranaense de Turismo e o Ministério do Turismo.



Torna-se evidente que o Caminho do Vinho é um destino turístico consolidado, mas que apresenta alguns indícios de problemas de capacidade de carga e arranjos produtivos, *porém* evidencia-se também que a manutenção das características rurais/coloniais ainda é uma preocupação dos envolvidos e, dessa maneira, a cultura italiana é um forte elemento para a união e identidade do destino, que pode e precisa ser cada vez mais solidificado.

O turismo, na Colônia Mergulhão, hoje, deve ser o motivo principal para que gestores públicos, comunidade, empresários e profissionais possam exercitar a capacidade de se organizar em torno de um objetivo comum: o desenvolvimento local. Esta atividade apresenta-se como uma alternativa, mas não encerra em si as possibilidades para a Colônia Mergulhão e o município de São José dos Pinhais.

Evidenciar as ações de valorização cultural, de incentivo ao turismo rural e suas atividades associadas, diversificando a cadeia produtiva, através de um planejamento participativo e estratégico é um dos caminhos para o real desenvolvimento do Turismo no município de São José dos Pinhais, em especial da zona rural e urbana, onde se concentram as pequenas propriedades.

Por fim, este estudo abre novas possibilidades para discutir o futuro do turismo em comunidades como a Colônia Mergulhão, considerando seus aspectos históricos e culturais, que são únicos na formação da identidade do local, inclusive na identidade organizacional e empreendedora e que – não só por isso, mas também – devem ser respeitados.

## REFERÊNCIAS

- Almeida, J. A., & Riedl, M. (2000). *Turismo Rural: Ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru: EDUSC.
- Associação Caminho do Vinho Colônia Mergulhão - ACAVIM. (2016). *Dados gerais*. Retirado de <http://www.caminhodovinho.tur.br/>
- Blos, Wl., & Almeida, J. A. (2000). *O marketing do turismo rural e o desenvolvimento sustentável*. Campinas: Papyrus.

- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.
- Lei complementar n. 14, de 08 de junho de 1973 (1973). *Estabelece as regiões metropolitanas de São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Curitiba, Belém e Fortaleza*. Brasília, DF. Recuperado em 20 julho, 2016, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp14.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp14.htm).
- Campañola, C., & Silva, J. G. da (2000). *O novo meio rural brasileiro: Políticas Públicas*. Jaguariúna: Embrapa.
- Candiotto, L. Z. P. (2010). *Circuito Italiano de Colombo, PR: gênese, desenvolvimento e implicações socioespaciais*. Cascavel: EDUNIOESTE.
- Coriolano, L. N. M. T., & Silva, S. C. B. M. (2005). *Geografia e Turismo: abordagens críticas*. Fortaleza: UECE.
- Estrada M. G. & Gerritsen, P. R. W. (2012). Sustentabilidad, multifuncionalidad y turismo rural em la Costa Sur de Jalisco. In A. López, G. Pardo, E. Romo, R. Dagostino, & R. Sánchez (Eds.), *Lo global y el turismo* (pp. 318-333). México – DF, México: AMIT.
- Gil, A. C. (1995). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2015). *Cidades*. Retirado de <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=412550>
- Krippendorf, J. (1989). *Sociologia do Turismo: para uma compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- Oliveira, A. (1996). *A agricultura camponesa no Brasil*. São Paulo: Contexto.
- Oliveira, S. L. (2001). *Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses*. São Paulo: Pioneira Thomson.
- Oxinalde, M. R. (1994). *Ecoturismo: Nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Barcelona: Bosch.
- Públio, M. A. (2008). *Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda*. São Paulo: Atlas.
- Rua, J. (2006). Urbanidades no rural: o devir de novas territorialidades. *Campo-território: revista de geografia agraria*. Uberlândia, v. 1, n. 1, p.82-106, fev. 2006. Retirado de <http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/viewFile/11781/6895>, 15 de julho de 2016.
- Santos, M. (2006). *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo: EDUSP.
- Santos, M. (2012). *Pensando o Espaço do Homem*. São Paulo: EDUSP.
- Shneider, S. (2003). *A pluriatividade na agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

Sigardo, J. R. (1999). Espaço turístico e desenvolvimento no cone leste paulista (Brasil): uma prospectiva sobre inovação e sustentabilidade em Carminda Cavaco (org). *Desenvolvimento Rural: desafio e utopia*. Lisboa, Centro de Estudo Geográficos: Universidade de Lisboa.

Silva, J. G. (2003). *Tecnologia e Agricultura familiar* (2nd ed.). Porto Alegre: UFRGS.

Zimmermann, A. (1996). *Turismo rural: um modelo brasileiro*. Florianópolis: Ed. Do Autor.