



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desembro 2014)

TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: UMA POSSIBILIDADE NO ESTADO DO PARANÁ (BRASIL)

Ana Paula Perardt Farias

Graduada em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná - UNICENTRO

ana.perardt@hotmail.com

Alan Aparecido Guizi

Mestrando em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi

alanguizi@gmail.com

RESUMO

Este artigo busca “estudar a potencialidade do Paraná, mediante análise de lugares, para a formalização de pacotes de turismo de base comunitária”, por meio da problemática de pesquisa assim definida: “Qual a potencialidade do Paraná para formalização de pacotes de turismo de base comunitário?”. Para isso, o método utilizado foi o levantamento bibliográfico em artigos, documentos online e dissertações, bem como a pesquisa acerca de projetos semelhantes, para que o método utilizado nesses, fossem incorporados ao estudo da potencialidade no estado do Paraná, reconhecendo-se a potencialidade do estado para o desenvolvimento turístico comunitário.

Palavras-Chave: Hospitalidade. Turismo. Comunidade. *Stakeholders*. Empreendedorismo.

COMMUNITY-BASED TOURISM: A POSSIBILITY IN PARANÁ STATE (BRAZIL)

ABSTRACT

This article seeks to "study the potential of Paraná, through analysis of places, for the creation of community-based touristic packages" through research problem defined as follows: "What is the potential of Paraná to formalize community-based touristic packages?". For this, the method used was the bibliographic analysis in papers, online documents and dissertations, as well as research on similar projects around Brazil, to use those methods into the study of the potentiality of this kind of tourism in the state of

Paraná, recognizing the potential of the state for community-based tourism development.

Key Words: Hospitality. Tourism. Community. Stakeholders. Entrepreneurship

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo discorrerá sobre a possibilidade do turismo de base comunitária no estado do Paraná, por meio de suas comunidades tradicionais. O estado do Paraná possui várias comunidades tradicionais, as quais propõe-se o estudo de seu uso turístico de base comunitária, de maneira sustentável, como forma de geração de renda e oportunidades através da atividade turística, bem como sob o viés de seu desenvolvimento comunitário, que nada mais é do que buscar o fortalecimento do potencial social, bem como dos potenciais econômico e ambiental dessa localidade, cuja finalidade é a ampliação da qualidade de vida de seus habitantes. Este desenvolvimento é gerado pelo esforço conjunto das pessoas e organizações que se sentem parte de uma comunidade (IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, s/d).

O turismo de base comunitária segundo dados do site WWF-Brasil¹ (2002), organização não governamental internacional que atua nas áreas da conservação, investigação e recuperação ambiental, definindo-se como aquele cujo controle de seu desenvolvimento e gestão é detido pelas sociedades locais, por meio do envolvimento participativo desde o início, proporcionando a maior parte de seus benefícios para as comunidades locais (WWF-Brasil, 2002).

A prática do turismo de base comunitária gera forte interação entre anfitrião e visitante, cuja participação é significativa para ambos afetando, inclusive, as diversas atividades, operações e empreendimentos dessa de uma comunidade cujo intuito seja a contribuição com a conservação e desenvolvimento comunitário, por meio de benefícios econômicos, sociais e culturais.

Existem alguns segmentos do turismo que podem ser aliados ao turismo de base comunitária como o ecoturismo, turismo étnico ou indígena, rural e cultural, já que são propícios à propriedade e ao controle pela comunidade. Assim sendo, os recursos culturais e naturais não são, primeiramente, um pré-requisito para o turismo baseado na

¹World Wide Fund for Nature

comunidade, pois os saberes e fazeres são a matéria-prima deste turismo (BARTHOLO, SAN SOLO e BURSZTYN, 2009).

Logo, estabeleceu-se a seguinte problemática: Qual a potencialidade do Paraná para formalização de pacotes de turismo comunitário? Para responder tal problema, lançou-se como objetivo geral: Estudar a potencialidade do Paraná, mediante análise de lugares, para a formalização de pacotes de turismo comunitário. Já os objetivos específicos foram: a) Compreender o turismo comunitário; b) estudar projetos de turismo Comunitário pelo Brasil; c) Identificar lugares no Paraná com esta potencialidade.

A metodologia utilizada previu-se o levantamento bibliográfico para a conceituação dos construtos escolhidos em artigos, dissertações, livros e documentos online. Seguindo-se para a análise da oferta turística oriunda do turismo de base comunitária de associações, redes e instituições cujo objeto de trabalho sejam as comunidades turísticas ao redor do Brasil para que assim fossem analisados seu método de trabalho, acerca da programação de roteiros turísticos acesso ao lugar, hospedagem de turistas e serviços de alimentação.

Para finalizar, buscou-se estudar o estado do Paraná para seleção de 2 (dois) comunidades situadas na região Centro-Sul do estado para que, por meio do estudo de sua cultura e atividades desenvolvidas, fossem sugeridos pontos de interesse turísticos contidos em suas tradições, bem como o uso das variáveis de pesquisa para compreensão dos efeitos destas atividades relacionados ao turismo nessas comunidades.

O tema foi escolhido em razão do interesse por essa área do conhecimento, enquanto tema pertinente para a academia de uma maneira geral e de forma específica, e também como uma possibilidade de desenvolvimento com as comunidades tradicionais, com suas experiências e seus modos de fazer únicos. Por isso, a partir deste artigo, será possível a realização de estudos mais avançados sobre a temática, abrangendo outras variáveis nesta área de conhecimento.

O texto divide-se em: introdução, turismo comunitário e empreendedorismo, hospitalidade e *stakeholders*, análise de projetos de turismo comunitário no Brasil e análise de projetos de turismo de base comunitária no estado do Paraná. Por fim, apresentam-se as considerações finais e referências bibliográficas.

2. TURISMO COMUNITÁRIO E EMPREENDEDORISMO

O turismo, quando bem organizado, é considerado uma grande força promotora de benefícios, tanto para o município especificadamente, como para a região, em função da possibilidade que tem de proporcionar uma melhoria da situação econômica de cada elemento que compõe a oferta (MIELKE, 2009).

Com o crescimento da atividade turística, bem como de outras atividades econômicas, faz-se necessário o planejamento para minimizar os impactos negativos e, principalmente, fomentar os positivos.

Além disso, segundo Silva, Ramiro e Teixeira (2009) a prioridade mercadológica coloca em prejuízo dos princípios da sustentabilidade social, cultural, ambiental, que provoca a desestruturação da cultura local, descaracterizando ambientes naturais, estimulando a especulação imobiliária e exclusão territorial de residentes. Esses impactos são ainda mais comuns nas localidades mais pobres onde a expansão do turismo é apresentada como alternativa de melhoria das condições sociais, mas se transforma em fator de agravamento da situação social.

Desse modo, a atividade turística deve ser pensada a partir do desenvolvimento socioespacial, ou seja, um processo de superação de problemas e conquista de condições (culturais, técnico-tecnológicas, político-institucionais, espaço-territoriais) geradoras da felicidade individual e coletiva. Dessa forma, o desenvolvimento exige a consideração das diversas estaturas das relações sociais como a cultura, economia e a política, também do espaço natural e social (RODRIGUES, 2002).

Para despistar os efeitos dos impactos negativos do turismo e aproveitar os benefícios da atividade, observa-se que em algumas localidades por meio da mobilização e organização da sociedade civil, surgiram diversas iniciativas diferenciadas, baseadas nos modos de vida locais estruturando-se, entre elas, as práticas do turismo de base comunitária (SILVA RAMIRO; TEIXEIRA, 2009).

Conforme retrata Araújo e Gelbcke (2008) perante a crise socioambiental e da massificação do turismo, o turismo comunitário surge como uma alternativa ao turismo convencional, pois representa uma estratégia de desenvolvimento para grupos com menores condições de ingressarem de maneira independente na cadeia produtiva do turismo. É uma alternativa de turismo que prioriza o lugar, a conservação ambiental e a identidade cultural, por meio de seu desenvolvimento autogerido pela própria comunidade, apropriando-se dos benefícios advindos do setor. Moncayo e Hoyos (2013), em seus estudos acerca do turismo comunitário em *Cerrito de los Morreños*

(Equador), vão adiante em suas definições desta segmentação, mostrando que o turismo comunitário é aquele que se desenvolve em lugares geograficamente definidos, valorizando saberes e patrimônios ancestrais, cujos fins principais são:

- a) Participação da maior quantidade de pessoas locais na atividade de produção turística;
- b) Traslado da maioria dos benefícios – culturais, naturais, econômicos – à população local;
- c) Promover a permanência da população local em seus respectivos lugares, fomentando o orgulho e sentido de pertença por sua terra e tradições, evitando a migração externa e interna

Desta forma, o turismo é uma atividade com potencial de melhoradas condições de vida de uma comunidade, contribuindo com a consciência comunitária, conforme ressalta Mielke, (2009). Conseqüentemente, trabalhando com o produto turístico de base comunitária, o mesmo se diferencia por representar o modo de viver e de imaginar o mundo da comunidade anfitriã. Desta forma, pode-se construir um intercâmbio cultural com a oferta dos produtos e serviços turísticos, em que há a oportunidade para o visitante vivenciar uma cultura diferente da sua e à comunidade local de se beneficiar com as oportunidades econômicas geradas e também pelo intercâmbio cultural (SILVA, RAMIRO E TEIXEIRA 2009).

Segundo o site da Organização Maruja (2014, s/p), que trabalha com o turismo de base comunitária, mostram que deve-se ter um planejamento participativo e contínuo aplicado ao turismo de base comunitária, seguindo alguns objetivos, dentre eles orientação para atividade econômica visando o desenvolvimento local, uso do território e instalação de equipamentos de infraestrutura, valorização cultural e manutenção da biodiversidade, regulamentação para a atividade turística, desenvolvimento de produtos com a identidade local ou desenvolvimento de novas atividades, desenvolvimento de planos de marketing, qualificação da mão de obra e fortalecimento de associações de base, criação de indicadores que permitam o acompanhamento dos resultados do turismo, dentre outras ações.

Nesse sentido, Araújo e Gelbcke (2008) falam que os princípios do turismo comunitário centram-se na preservação, valorização e indução de tradições e relações sociais solidárias, na geração de trabalho e renda com base na produção associativista,

no revigoramento dos significados de virtude humana e, na utilização apropriada dos recursos naturais e das capacidades humanas locais.

Os mesmos autores destacam que o turismo comunitário, ou de base comunitária, não é apenas uma atividade produtiva, mas procura tratar do papel fundamental da ética e da cooperação nas relações sociais. Valoriza os recursos específicos de um território e procura estabelecer relações de comunicação/ informação com agentes externos, entre eles e os visitantes. Considera, portanto, a existência de uma relação dialética entre os turistas e a comunidade receptora.

Além disso, as comunidades que desejam trabalhar com o turismo de base comunitária poderão tornar-se empreendedoras de seus negócios, utilizando-se de seu modo de vida e de suas experiências na própria comunidade para desenvolver o empreendedorismo que é o processo pelo qual as pessoas iniciam e desenvolvem seus negócios. Segundo Oliveira (2012) é um fenômeno complexo, no qual envolve o empreendedor, a empresa e o cliente, que fazem parte deste processo. E, segundo a definição de Dolabela (1999 *apud* Oliveira, 2012)² “empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa”. O que se destaca dentro dessa definição é que o empreendedorismo torna-se fator primordial, fazendo com que os negócios sobrevivam e prosperem num ambiente econômico e de mudanças sejam elas: culturais, sociais ou geográficas.

3. A HOSPITALIDADE E O BEM-RECEBER

Compreende-se por hospitalidade as atividades desempenhadas por meio do relacionamento humano, cujo enfoque seja o recebimento do outro em dada comunidade baseada em leis não escritas. Estas leis direcionam os atos destas relações sustentadas sobre 4 pilares assim definidos: (CAMARGO, 2004)

- Receber: Dar atenção ao outro durante sua chegada em lugar diferente do seu.
- Acolher: Oferecer abrigo ou parada ao outro, protegendo-o do ambiente externo.
- Alimentar: Dar ao outro aquilo o que comer.
- Entreter: Oferecer ao visitante a atividade necessária para entretê-lo, trazendo-o conforto durante sua permanência no local.

² DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

Sendo assim, tem-se na hospitalidade a ponte que une o interno com o externo, trazendo o estranho ou o visitante para dentro de determinada comunidade ou residência, estabelecendo-se ou promovendo-se relacionamentos. Portanto, a hospitalidade pode ser entendida como uma troca de serviços, dado que o resultado da hospitalidade seja a transmissão de bens ou atividades desempenhadas para o conforto de seus visitantes (SELWYN, 2004).

Lashley (2000, p.4), por sua vez, mostra que a hospitalidade pode ser desempenhada em ambientes, lugares ou contextos diferentes, aos quais o autor classifica como domínios, onde o relacionamento entre pessoas seja o centro dos acontecimentos, assim estabelecidos:

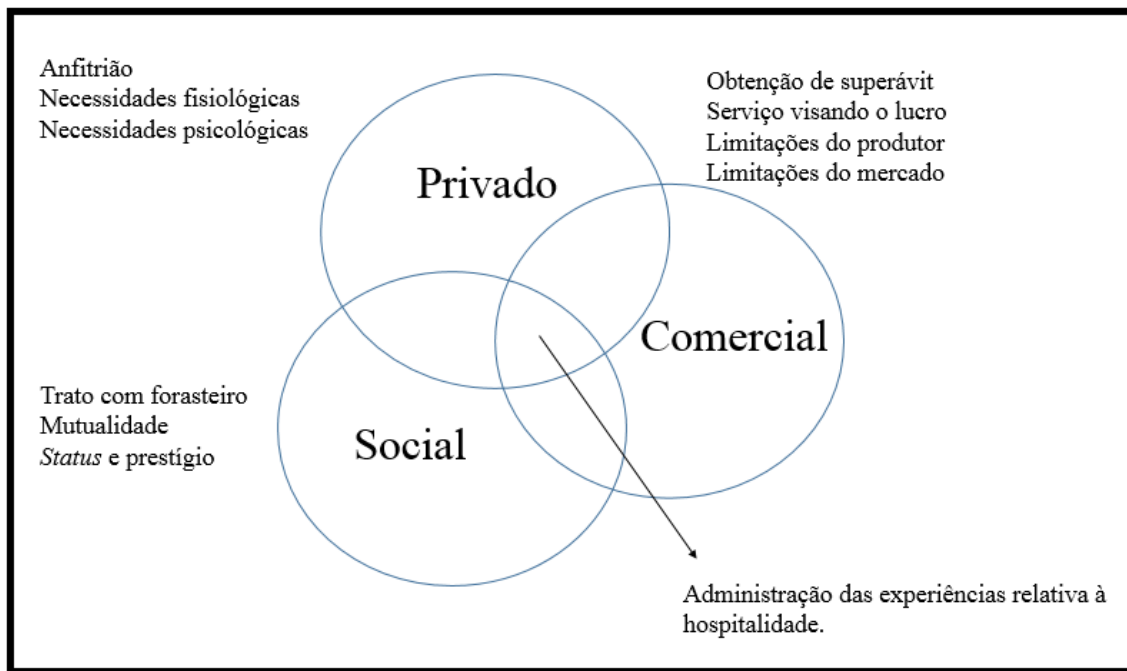


Figura 1: Atividades de hospitalidade

Fonte: Baseado em Lashley, 2000

- Domínio social: Corresponde aos rituais de recebimento e integração do outro em dada comunidade, de acordo com o contexto social desta comunidade.
- Domínio privado: Corresponde às relações anfitrião x visitante quando esta decorre em dada residência.
- Domínio comercial: Baseia-se às relações de oferta e demanda segundo o mercado e, de acordo com as relações entre funcionários e seus clientes, cujo

atendimento às necessidades deste cliente torna-se fator de qualidade em prestação de serviços.

Em turismo comunitário, observa-se o uso da atividade turística para promover ganhos financeiros, seja por meio da hospedagem de turistas e visitantes, ou pela venda de alimentos em restaurantes, porém, sem desconsiderar o interesse em receber visitantes para compartilhar aquilo que possuem ou o que fazem e seus costumes, tornando-se uma oportunidade da observação das atividades relacionadas à hospitalidade.

No meio comercial, a hospitalidade não é tida somente como um costume de seus funcionários, quanto ao recebimento de seus clientes, mas, é tido também como fator de vantagem competitiva, dado que a observação de atributos em qualidade na prestação de serviços contribui com uma melhor percepção e agregação de valor à empresa para a qual esta atividade fora desempenhada. Quadros (2011) detalha esta vantagem competitiva como atributo vindo do desejo em servir do funcionário ou, o que chama de “hospitalabilidade”, relacionando as atividades desempenhadas em empresas à hospitalidade no domínio privado, mostrando que o ambiente de trabalho pode ser visto como a casa do colaborador, fazendo-o responsável pela cortesia e do bem-receber deste cliente ou hóspede. Este desejo em servir passa por mecanismos de motivação e relacionamento com os funcionários, por meio de *feedback* e autonomia para tomada de decisão, adequando a prestação de serviços de acordo com as expectativas e desejos do cliente (MULLINS, 2004).

3. 1. Stakeholders em turismo

Dado que por meio da hospitalidade desenvolvem-se o relacionamento entre pessoas, não se restringindo somente àquele entre anfitrião e seu visitante, tem-se nela o relacionamento entre pessoas que, em meio empresarial, influenciam ou são influenciados pelas decisões e objetivos desta empresa ou atividade desempenhada por ela. Freeman (2010) classifica estes grupos, pessoas ou instituições como *stakeholders*, mapeando-os no entorno de dada empresa. Contudo, para este estudo, baseando-se na teoria dos *stakeholders*, optou-se por selecionar como o núcleo do mapa os visitantes e turistas de dado lugar e, em seu entorno, aqueles que geram influências ou são influenciados por ela, sendo assim definidos na figura 2.

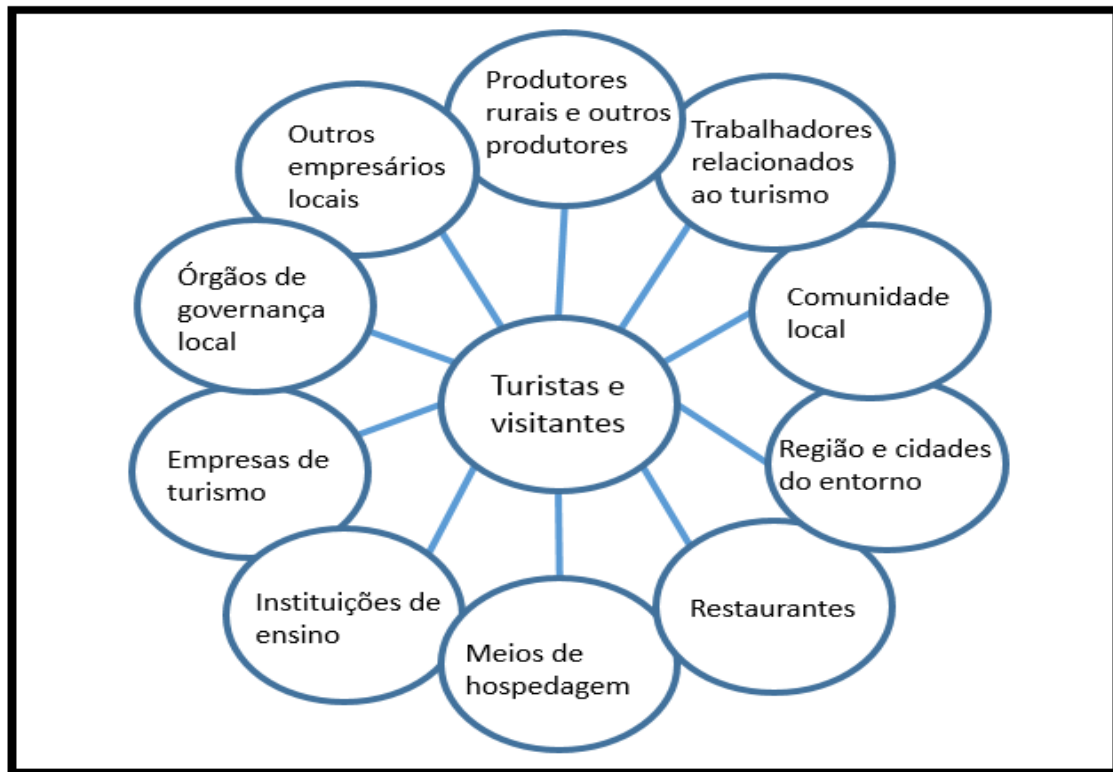


Figura 2: Mapa dos *stakeholders* de turistas e visitantes

Fonte: Adaptado de Freeman, 2010

Assim como observa-se na hospitalidade, o acolhimento dos visitantes e turistas no lugar onde a atividade turística se desenvolverá, influenciará desta forma seus prestadores de serviços, tais como meios de hospedagem, restaurantes e empresas de receptivo, porém, não somente as atividades baseadas no turismo, a comunidade local também será influenciada por estes visitantes, sejam estes impactos positivos (geração de empregos e receitas, melhora nos serviços públicos) ou negativos (aumento dos preços de produtos e custo de vida local, aumento do fluxo de pessoas, entre outros). Assim como sua influência ao governo local, onde este também exercerá influência sobre a própria atividade turística por meio da estrutura de acesso ao lugar e mobilidade urbana.

O decorrer do turismo em dado lugar, favorecerá também sua região, permitindo que o fluxo de pessoas também seja dividido entre outros empreendimentos e pontos de interesses turísticos de cidades limítrofes, favorecendo o empreendedorismo. Desta forma, a formalização de empresas que integram-se umas às outras cujo objetivo seja a melhoria das experiências de viagens e complementando-se aos serviços e pontos de interesse turístico do lugar, interliga-se ao mercado e ao atendimento das necessidades dos visitantes recebendo, então, a classificação de “cluster turístico” (VIGNATI, 2008).

Souza, Romeiro e Castro (2013) por sua vez, mostram que as opções de atividades turísticas desenvolvidas na região amazônica envolvem não somente o ecoturismo, como se observa baseado em sua geografia e caracterização de sua região, mas também permite o turismo de base comunitário. Desta forma, por meio desta atividade bem como a participação das comunidades, evidencia-se no turismo por meio da formalização de empresas familiares, cuja base está centrada no turismo, tal como em alimentos e bebidas. Os autores apontam que 70% dessas empresas são constituídas por até 5 pessoas, apontando-se que 80% destas novas empresas foram formalizadas baseadas em oportunidade, dado o crescimento da atividade turística na região.

Desta forma, observa-se que a hospitalidade desenvolve-se desde as regras de recebimento do outro em dada residência ou comunidade, bem como é capaz de desenvolver relacionamentos em mercado, tornando-se fator de competitividade em destinações, dado o relacionamento desenvolvido entre aqueles que compõe a localidade para o alcance de estratégias em comum, atraindo o fluxo de pessoas e o desenvolvimento em turismo.

4. ANÁLISE DOS PROJETOS DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO BRASIL

Ações já realizadas acerca do turismo comunitário e turismo de base comunitária mostram as atuais preocupações com a preservação da cultura e inclusão social por meio da atividade turística, bem como a preservação de suas riquezas naturais quando em áreas de florestas e selvas. Essas atividades podem ser observadas, entre outras opções, na Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), onde as comunidades cearenses localizadas no litoral do estado se organizaram para o recebimento destes turistas. As viagens com saída da cidade de Fortaleza de curta duração realizam passeios com turistas por sua região abordando o modo de vida de seus habitantes, valorizando, sobretudo sua cultura originada da atividade pesqueira. A hospedagem, bem como o almoço e o jantar é dividido entre os membros da comunidade, para que todos possam servir o turista e lucrar com a atividade turística.

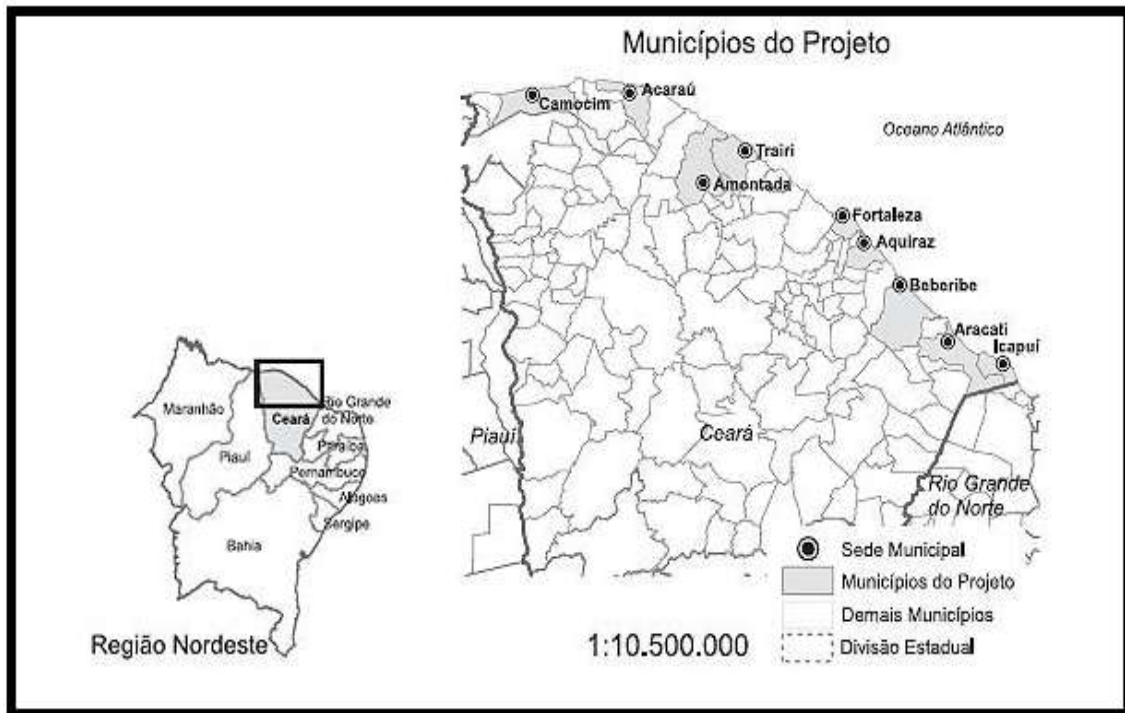


Figura 3: Municípios cearenses participantes do TUCUM
Fonte: Instituto Virtual de Turismo do Rio de Janeiro

Assim como observado em alguns municípios do Ceará, a Central de Turismo Comunitário da Amazônia, envolvendo-se três estados da região norte do Brasil (Amazonas, Pará e Roraima) conta com o apoio do Instituto de Cooperação Econômica Internacional (ICEI). O projeto de desenvolvimento comunitário da Amazônia contribui para a valorização da cultura, dentre outras, a indígena próximas ao rio Amazonas, focando em sua gastronomia, modo de vida, produção de materiais para a indústria (como o látex) e rituais indígenas.

O projeto, sobretudo, inclui em seus roteiros os passeios de contemplação da floresta amazônica que, segundo o portal Brasil Escola (2014), é a maior floresta tropical do mundo. Nestes roteiros incluem-se passeios de catamarã entre os rios da região, passando por praias desertas banhadas pelo Rio Tapajós e Arapiuns, dentre outras atrações visitadas.

Outro exemplo de projeto de desenvolvimento do turismo comunitário é realizado no Pantanal, observando-se novamente a presença dos recursos naturais na organização dos roteiros para, sobretudo, proteger o ecossistema contido na região pantaneira, desenvolvido desde 2011 por meio da Ecoa (Ecologia e Ação) com o apoio do Ministério da Justiça, por meio de pesquisa e estudos nos lugares de potencial turístico comunitário e viagem realizada em 2013 para visita técnica na Reserva de

Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (RDSM) localizada em Manaus (estado do Amazonas), para que assim fosse utilizada como exemplo.

Sendo assim, por intermédio das análises realizadas nos portais das comunidades promotoras do turismo, nota-se como principal preocupação a preservação de seu ecossistema por meio da conscientização dos modos de vida desta população, bem como sua importância para eles, favorecendo também a inclusão social por meio da atividade turística e a geração de renda e melhores condições de vida, mostrando-se aquilo que fazem cotidianamente.

4.1. Análise dos projetos de turismo de base comunitária no Estado do Paraná

Destaca-se por intermédio deste artigo a diversidade cultural contida no estado do Paraná, possuindo diversas comunidades tradicionais, que segundo o site Ecobrasil (2014, s/p) “são grupos que possuem culturas diferentes da cultura na sociedade atual e se reconhecem como tal.” Segundo o site da Secretaria de Educação do Paraná (2014, s/p), atualmente o estado do Paraná possui 8 (oito) comunidades tradicionais, são elas: povos indígenas, povos faxinalenses, benzedeiros e benzedoras, pescadores e pescadoras artesanais, comunidades de terreiro, Ilhéus do rio Paraná, quilombolas, cipozeiras e cipozeiros.

Dentre as comunidades citadas, propõe-se neste artigo abordar as comunidades faxinalenses, e as benzedoras situadas na região Centro-Sul do Paraná, como mostrado no mapa a seguir:



Figura 4: Região Centro-Sul do estado do Paraná

Fonte: Google Maps

Desperta-se, por meio desta análise, o interesse no estudo sobre a potencialidade dessas comunidades para o turismo de base comunitária. Por fazer parte da história do estado e do país, reconhece-se que ambas as comunidades necessitam de incentivo, dado que suas atividades e suas características são peculiares cujas práticas são passadas de pais para filhos, as quais precisam sobreviver ao tempo. Nesse sentido, a atividade turística pode ser tratada como uma das principais alternativas seja em âmbito social quanto no econômico, para promover seu desenvolvimento.

Este desenvolvimento terá como base a compartilhamento deste saber-fazer e tradições contidas na comunidade, por meio do recebimento de turistas, incentivando-as à prática de suas atividades para o salvaguardo³ de suas tradições e cultura, bem como recebendo o fomento necessário, por meio desta atividade, para a manutenção de seus custos e meio de vida. Desta forma, recorre-se à estrutura dessas comunidades para o abrigo de turistas e demais visitantes com o interesse do conhecimento de seus costumes.

Acerca das comunidades faxinalenses, suas atividades de características rurais, estabelecidas no centro-sul do Paraná, constituíram-se historicamente como mecanismo de autodefesa do campesinato local buscando assegurar sua reprodução social em momentos de crise econômica como a do tropeirismo e durante o ciclo da erva-mate, ou seja, entre meados do século XIX e a década de 30 do século XX (OCARETÉ, 2014, s/p).

Essa comunidade possui formas características de apropriação do território tradicional, baseadas no uso comum das terras de criadouros de animais, recursos florestais e hídricos e no uso privado das áreas de lavoura, onde é praticada a policultura alimentar de subsistência com pequenas vendas. Baseados em normas de conduta e de uso ambiental próprias, sobretudo na combinação de uso comum e privado dos recursos naturais, os faxinais são considerados uma forma de organização camponesa diferenciada no sul do país (OCARETÉ, 2014, s/p).

A Secretaria de Educação do Paraná (2014, s/p) informa que é uma forma peculiar de tradição e de partilha entre todos os moradores de um faxinal, que dividem

³Salvaguardar um bem cultural de natureza imaterial é apoiar sua continuidade de modo sustentável. É atuar no sentido da melhoria das condições sociais e materiais de transmissão e reprodução que possibilitam sua existência (IPHAN, 2014, s/p).

animais, lavoura, entre outros. Além disso, estima-se que existem faxinais em 39 municípios paranaenses (Centro – Guarapuava; Centro/Sul – Irati e Curitiba).

Desta forma, as propriedades faxinais tornam-se atrações turísticas ao passo que o modo de criação de animais e agricultura, sem a separação entre espécies garantindo-lhes certa autonomia, torna-se centro de interesse desses turistas, não só para o conhecimento da cultura dos habitantes dessa comunidade, quanto também como uma forma de criação dos animais, servindo de experiência para outros fazendeiros de outras regiões do Brasil ou do mundo que, por meio do turismo, passam também a serem turistas nessas comunidades.

A realização do turismo nesse tipo de propriedade rural contribui para preservar o sistema de faxinal, tendo em vista as dificuldades em manter este sistema, já que pressões econômicas, sociais e culturais fazem com que as terras sejam vendidas para grandes fazendeiros.

Para o sistema de hospedagem, recomenda-se as próprias propriedades familiares da região, como uma forma de união entre visitantes e anfitriões para que as histórias, técnicas e vivências sejam, então, contadas. No entanto, por estarem na região centro-sul do Paraná, outras propriedades e cidades podem receber estes turistas para sua hospedagem e serviços de restauração (alimentação), beneficiando também as regiões satélites destas propriedades.

Outra comunidade estudada foram as benzedeadas e benzedores que, segundo estimativas do Movimento Aprendizes da Sabedoria dos Ofícios Tradicionais de Cura do Paraná, são compostas por 10.000 pessoas, sendo elas benzedeadas, benzedores, curandeadas, curadores, rezadeiras, remedeadas, costureiras de rendidura e parteiras, praticantes da arte de curar e ensinar remédios caseiros a base de ervas e plantas medicinais nativas e de quintais. Essas comunidades estão concentradas na região central do estado – Rebouças/São Roque e em faxinais. Essas benzedeadas (os) vivem em comunidades rurais, nos faxinais ou em cidades próximas a faxinais (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO PARANÁ, 2014).

Esta prática, adquirida na cultura indígena e, em alguns casos, de costumes trazidos do continente Europeu, agregam significativo valor tradicional, mostrando ao turista seus conhecimentos medicinais vindos de ervas e plantas, cuja prática fora oficializada na cidade de Rebouças em 2010, liberando-as à colheita de plantas para seu uso curativo (DUCATI; DIONÍSIO, 2012).

A atividade benzedeira possui atratividade turística nos métodos e práticas de colheita das plantas bem como são realizados seus usos no momento de cura, assim como seu conhecimento nas propriedades curativas das plantas colhidas. Esta vivência, assim como descrito nos faxinais, serão discutidos mediante a vivência próxima dessas pessoas, por meio da hospedagem em casas familiares, e momentos sociais como almoço ou jantar nessas propriedades. Contudo, a infraestrutura voltada para o turismo da região também será beneficiada, haja vista que a hospedagem em hotéis e alimentação em restaurantes urbanos serão, do mesmo modo, comunicados ao turista.

Desta forma, recorre-se à hospitalidade para que estas experiências sejam divididas com esses turistas, por meio do relacionamento com as comunidades anfitriãs, fomentando o empreendedorismo local, a continuidade e reconhecimento de suas atividades, e por fim, a arrecadação de recursos financeiros para contribuição com o meio de vida dessas pessoas.

Não somente essas comunidades estudadas, a região Centro-Sul do Paraná possui outros meios de vida organizadas em outras comunidades, cuja organização resultará em roteiros turísticos e o fomento da cultura do estado, além do incentivo e divulgação de hotéis, restaurantes e outras tradições.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo estudar a potencialidade do Paraná, mediante análise de lugares, para a formalização de pacotes de turismo comunitário, obtendo como objeto de estudo duas comunidades tradicionais da região Centro-Sul do Paraná: comunidade de faxinais e comunidade de benzedeiros (as). Para isso, foram estabelecidos como objetivos específicos: a) Compreender o turismo comunitário; b) estudar projetos de turismo comunitário pelo Brasil; c) Identificar lugares no Paraná com esta potencialidade.

A partir dos dados da pesquisa foi possível verificar que o estado do Paraná, por meio das análises realizadas bem como na observação em portais de projetos pelo Brasil, é possível apontar que o estado possui potencialidade turística para o desenvolvimento inovador de roteiros com base comunitária baseado na hospitalidade entre anfitrião e seus visitantes, compartilhando-se vivências e experiências anteriores, bem como seus conhecimentos, resultando em visibilidade para as comunidades

envolvidas, roteiros turísticos, relacionamento e conhecimento de outras culturas, fomento financeiro para a região, desenvolvimento empreendedor para os envolvidos na atividade turística e preservação de seus ritos e tradições.

Por isso, entende-se que o turismo de base comunitária é uma contraproposta ao turismo de massa e devido a isto é um dos segmentos mais recomendados à exploração quando busca-se valorizar o que tem-se de mais particular nas comunidades. No entanto, observou-se por meio da pesquisa realizada, que o turismo de base comunitária contribui para a permanência das pessoas na comunidade e assim trazendo vida a atividade turística, pois oferece uma alternativa econômica e complementar aos seus trabalhos cotidianos e suas tradições além de disponibilizar empregos e uma melhor renda para as pessoas da comunidade.

Este estudo não teve o objetivo de concluir o assunto, e sim criar mais discussões com outros trabalhos. Portanto, espera-se que este estudo seja apenas uma porta para outros estudos sobre o assunto, bem como o início de pesquisas maiores realizados pelos autores, seguindo seus estudos nesta temática.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, G. P. D; GELBCKE, D. L. **Turismo comunitário: Uma perspectiva ética e educativa de desenvolvimento.** Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica, v. 10, nº 03. p. 357 – 378, set/dez. 2008

BARTHOLO, R; SANSOLO, D. G; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Letra e Imagem, 2009

BRASIL ESCOLA. **Floresta Amazônica.** Disponível em:
<http://www.brasilecola.com/brasil/floresta-amazonica.htm>. Acesso em 11 de Outubro de 2014

CAMARGO, L. O. **Hospitalidade.** São Paulo: Aleph. 2004

CENTRAL DE TURISMO COMUNITÁRIO DA AMAZÔNIA. **Sobre a central.**
Disponível em: <<http://www.amazoniacomunitaria.org/sobre/>> Acesso em 11 de Outubro de 2014

DUCATI, A.; DIONÍSIO, B. **Benedeiras são consideradas profissionais de saúde no Paraná.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2012/05/benedeiras-sao-consideradas-profissionais-da-saude-no-parana.html>> Acesso em 12 de Outubro de 2014

ECOBRAZIL, 2014. Disponível em:
<http://www.ecobrasil.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=352&sid=64>
.Acesso em 09 de Outubro de 2014

ECOLOGIA E AÇÃO (ECO.A). **Turismo de base comunitária**. Disponível em:
<<http://www.riosvivos.org.br/Canal/Acoes+para+o+Turismo+de+Base+Comunitaria+n+a+Contencao+da+Degradacao+do+Pantanal/642>> Acesso em 10 de Outubro de 2014

FOLHA DE SÃO PAULO. **Turismo comunitário na praia de Tatajuba está no ‘Álbum de Viagem’**. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2014/04/1434889-album-de-viagem.shtml>>
Acesso em 10 de Outubro de 2014

FREEMAN, R.E. **Strategic management: A stakeholder approach**. New York: Cambridge University Press, 2010

IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social), 2014. Disponível em:
<http://idis.org.br/>. Acesso em 09 de Outubro de 2014

INSTITUTO VIRTUAL DE TURISMO. **Turismo comunitário: Afirmando identidades e construindo sustentabilidade**. Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net/ivt/indice.aspx?pag=n&id=10525&cat=NORDESTE%20.%20Cear%C3%A1&ws=0>> Acesso em 10 de Outubro de 2014

IPHAN, 2014. Disponível em:
<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=12553&retorno=paginaIphan>
. Acesso em 12 de Outubro de 2014

LASHLEY, C. **Towards a theoretical understanding**. In: LASHLEY, C., MORRISON, A. **In search of hospitality**. Woburn: Butterworth-Heinemann, 2000.

MARUJÁ. **Turismo de base comunitária**. Disponível em:
<<http://www.maruja.org.br/turismocomunitario/>> Acesso em 10 de Outubro de 2014.

MIELKE, E. J. C. **Desenvolvimento turístico de base comunitária**. Campinas: Alínea, 2009.

MONCAYO, C.A.S.; HOYOS, M.C.A. **Turismo comunitário en el cantón Guayaquil**: Estudio de caso “Cerrito de los Morreños”. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Volume 6, número 15, Dezembro, 2013.

MULLINS, L. J. **Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OCARETÉ, 2014. Disponível em: <http://www.ocarete.org.br/povos-tradicionais/faxinalenses>. Acesso em 11 de Outubro de 2014

OLIVEIRA, F. M. D. **Empreendedorismo: teoria e prática**. Especialize Revista OnLine. Maio, 2012.

ORGANIZAÇÃO MARUJA, 2014. <http://www.maruja.org.br/turismocomunitario/>. Acesso em 09 de Outubro de 2014

QUADROS, A. H. d. **A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 43-57, jan.-jun, 2011

REDE CEARENSE DE TURISMO COMUNITÁRIO. **Rede TUCUM**. Disponível em: <www.tucum.org/> Acesso em 29 de Setembro de 2014

RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO PARANÁ, 2014. Disponível em: <http://www.nre.seed.pr.gov.br>. Acesso em 12 de Outubro de 2014

SELWYN, T. **Uma antropologia da hospitalidade**. In: LASHLEY, C., MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004

SILVA, K. T. P; RAMIRO, R; TEIXEIRA, B. S. **Fomento ao turismo de base comunitária: a experiência do ministério do turismo**, 2009

SOUZA, P.A.R.; ROMEIRO, M.C.; CASTRO, E.V.A. **O efeito do empreendedorismo na atividade turística na Amazônia: A geração de emprego e renda no setor de alimentos e bebidas**. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Volume 6. Número 14. Junho, 2013

VIGNATI, F. **Gestão de destinos turísticos: Como atrair pessoas para pólos, cidades e países**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2008

WWF, BRASIL (World WideFund for Nature). Disponível em: <http://www.wwf.org.br/>. Acesso em 09 de Outubro de 2014