

ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ, 10 ANOS: A VALORIZAÇÃO DA CULTURA CAFEIEIRA POR MEIO DO TURISMO

RESUMO

Dentre as regiões brasileiras de destaque na produção cafeeira, o estado de São Paulo e o Paraná (em especial a região Norte Central – ou também conhecido a como Norte Novo - e Norte Pioneiro, também conhecido como Norte Velho) foram marcados ao longo de sua história pela grande produção deste grão, figurando-se como produtor e exportador de café a partir do início do século XX (POZZOBON, 2006). Segundo Almeida (1981), apesar da atividade cafeeira ter se iniciado no Paraná entre as décadas de 1920 e 1930, é somente a partir de 1945 que esta atividade teve uma ascensão mais significativa. Apesar de o café não ser mais a principal atividade produtiva da região, a importância da ressignificação e do registro das memórias vinculados a esta produção permite que um tempo passado (e suas marcas na paisagem) seja (re)valorizado pelas manifestações culturais (sejam elas materiais ou imateriais) dos empreendedores da Rota do Café. Sendo assim, o presente artigo tem como objetivo apresentar um breve histórico de criação da Rota do Café, assim como seu papel como incentivador da valorização da cultura cafeeira por meio do turismo. Este trabalho é parte integrante da pesquisa de doutoramento em Geografia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), concluído em 2018. Este artigo foi construído por meio de pesquisa bibliográfica (livros, teses, dissertações e artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos) e a realização de entrevista com a atual presidente da Associação Rota do Café e uma consultora de turismo do Sebrae envolvida com o planejamento, execução e manutenção das atividades da Rota até 2015. A consolidação desta rota turística permite aprofundar os laços dos norte-paranaenses com a história do café por meio da valorização de seu patrimônio, ao mesmo tempo em que, aos turistas, permite uma oportunidade de conhecimento de paisagens e da cultura local, considerando a paisagem em suas várias dimensões: morfológica, funcional, histórica, especial, e, fundamentalmente por ser turística, na sua dimensão simbólica.

Palavras-chave: Rota do Café. Norte do Paraná. Cultura cafeeira. Turismo.

Introdução

A busca pela atividade turística que vem sendo observada no mundo, em sua maioria, está diretamente ligada ao fator econômico. Nas últimas décadas, no mundo dito “globalizado”, há uma modificação significativa nos modos de vida, nas formas de produção e relações sociais de trabalho. A procura desenfreada do progresso proporcionou sérias catástrofes ambientais e

socioeconômicas; a informatização diminuiu em grande escala o número de postos de trabalho; desigual distribuição de renda para a população; más condições de saúde e educação; desmatamento e poluição desregrada; entre outros de uma longa lista.

Rodrigues (2002) enfatiza que, a partir de um panorama do turismo mundial, as políticas do turismo em escala nacional muitas vezes são orquestradas pelo governo vigente, em macroescala, grande parte em vistas ao mercado global, com influência de políticas de outros países. Dão maior importância às empresas de capital estrangeiro, através de benefícios para instalação de cadeias de *resorts*, por exemplo, com isenção de impostos e doação de terrenos.

As influências provenientes do meio técnico-científico-informacional no turismo são: o “encurtamento” das distâncias, com o avanço das tecnologias nos transportes; com o aperfeiçoamento dos meios de comunicação, há maior divulgação dos destinos turísticos pela mídia e pela *internet*; a criação intensificada de necessidades e o estresse urbano proporcionaram, além da utilização de áreas já existentes com a transformação do território para a recepção dos visitantes, também a criação de não-lugares, ou seja, locais sem uma rede de significados, sem história, sem identidade, um simulacro. Exemplo disso são os *resorts*, modelos de hospedagem característicos desta sociedade dita “globalizada”, em que os hóspedes desfrutam de um ambiente onde tudo é estandardizado, ou seja, um *resort* no Brasil tem semelhança com um em Cancun ou em Portugal, sem contextualização de sua localização.

A massificação do turismo, com passagens e hospedagem mais baratas, tornou as viagens mais acessíveis, permitindo inclusive que pessoas com um poder aquisitivo não tão alto tenham oportunidade de conhecer outras localidades que não a sua de moradia; no turismo massificado, como vemos ainda fortemente no mercado, os turistas parecem não se preocupar com a essência do lugar: não entram em contato com a população local, desconhecem a dinâmica que envolve o espaço, visitando apenas os pontos turísticos elencados pelas agências, deixam de vivenciar espaços que não sejam os já “maquiados”, como bairros distantes, ruas, bares, mercados menores, festas

locais, feiras, artesanato realmente produzido no local, conversas com os residentes, entre outros; os elaborados recursos tecnológicos, dentre eles a *internet*, possibilitaram reservas e compras de diárias de hotéis, passagens aéreas, passeios etc., além de terem várias informações sobre o lugar antes mesmo da sua chegada, já conseguindo programar o roteiro todo da viagem; com a intensificação da inter-relação e do fluxo de objetos, capitais e pessoas, o processo de formação das redes contribui para o turismo no sentido de um espraiamento dos pontos luminosos no território, ou seja, maior dissipação dos locais de serviços aliados ao turismo (RODRIGUES, 1999).

Nas últimas duas décadas, em paralelo ao fluxo do planejamento do turismo em larga escala, têm surgido no Brasil iniciativas de turismo de base local, que possuem uma proposta mais humanista e holística, sendo resultado de “[...] iniciativa compartilhada, da inovação e do empreendedorismo comunitários” (MARTINS, 2002, p. 51).

Há dois eixos de desenvolvimento do turismo, o global muitas vezes vinculado às redes internacionais de hotéis, resorts, sexo, drogas, lavagem de dinheiro, com fuga de divisas e sonegação fiscal. Mas há o turismo interno, o doméstico que valoriza o lugar, que gera renda, que dinamiza a economia local, que protege o patrimônio natural, que recupera e preserva o patrimônio histórico cultural (CORIOLANO, 2003b, p. 25).

Para que a atividade turística seja implementada de forma planejada, minimizando os impactos negativos e ampliando os aspectos que valorizam o trabalho dos que lidam com a atividade na escala local, é necessário o conhecimento das normas que regem o turismo no espaço geográfico, aqui entendendo-as como políticas públicas, seja em escala nacional, regional ou local, e não apenas as voltadas para o turismo, mas também as que se relacionam ao meio ambiente, à saúde, à educação, à produção agropecuária, ao desenvolvimento social, ou seja, setores que, direta ou indiretamente, estão envolvidos com o turismo (SCHINDLER, 2014).

Dentre as regiões brasileiras de destaque na produção cafeeira, o estado de São Paulo e o Paraná (em especial a região Norte Central – ou também conhecido a como Norte Novo - e Norte Pioneiro, também conhecido como Norte Velho) foram marcados ao longo de sua história pela grande produção deste

grão, figurando-se como produtor e exportador de café a partir do início do século XX (POZZOBON, 2006). Segundo Almeida (1981), apesar da atividade cafeeira ter se iniciado no Paraná entre as décadas de 1920 e 1930, é somente a partir de 1945 que esta atividade teve uma ascensão mais significativa.

Apesar de o café não ser mais a principal atividade produtiva da região, a importância da ressignificação e do registro das memórias vinculados a esta produção permite que um tempo passado (e suas marcas na paisagem) seja (re)valorizado pelas manifestações culturais (sejam elas materiais ou imateriais) dos empreendedores da Rota do Café.

O presente artigo tem como objetivo apresentar um breve histórico de criação da Rota do Café, assim como seu papel como incentivador da valorização da cultura cafeeira por meio do turismo. Este trabalho é parte integrante da pesquisa de doutoramento em Geografia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), concluído em 2018. Este artigo foi construído por meio de pesquisa bibliográfica (livros, teses, dissertações e artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos) e a realização de entrevista com a atual presidente da Associação Rota do Café e uma consultora de turismo do Sebrae que esteve envolvida com o planejamento, execução e manutenção das atividades da Rota até 2015.

Rota do Café: 10 anos de valorização da cultura cafeeira

Com a criação do Ministério do Turismo em 2003 e a elaboração do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 em nível federal, o Ministério do Turismo tinha como um dos objetivos a regionalização do turismo, em parceria com os estados e municípios, com a participação da sociedade civil, setor empresarial e instâncias governamentais como forma de impulsionar o desenvolvimento do setor turístico. Para isso, em 2004, foi lançado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, dentro do Macroprograma de Estruturação e Diversificação da Oferta Turística (BRASIL, 2003). Este programa previa a regionalização como instrumento de planejamento e gestão do turismo, por meio de recortes espaciais e levando em consideração aspectos que os identifiquem

como região, “[...] ou seja, que tenham uma identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica em comum” (BRASIL, 2017, s/p). Para integrar uma região turística neste programa do Ministério do Turismo, cada município deverá atender aos seguintes critérios:

[...]

I - comprovar a existência de órgão ou entidade responsável pela Pasta de turismo, por meio da apresentação de legislação referente à estrutura administrativa da Prefeitura Municipal;

II - comprovar a existência de dotação orçamentária destinada ao turismo, por meio da apresentação da Lei Orçamentária Anual - LOA e do Quadro de Detalhamento de Despesa - QDD vigentes;

III - comprovar a existência de Conselho Municipal de Turismo ativo, mediante a apresentação da legislação que o institui, da ata de posse da atual diretoria e das atas das duas últimas reuniões realizadas;

IV - possuir prestador(es) de serviços turísticos de atividades obrigatórias registrados, na Base de Dados do Sistema de Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos - CADASTUR, até 30 (trinta) dias antes da data de fechamento do Sistema de Informações do Programa de Regionalização do Turismo - SISPR; e

V - apresentar Termo de Compromisso assinado pelo Prefeito Municipal e pelo dirigente responsável pela pasta de turismo, conforme modelo disponibilizado pelo Ministério do Turismo, aderindo de forma espontânea e formal ao Programa de Regionalização do Turismo e à Região Turística [...] (BRASIL, 2019, s/p).

No Paraná, também em 2003, foi criada a Secretaria de Estado do Turismo (Setu) que deu início às discussões sobre a regionalização do turismo no estado, já que até o momento ainda não existia oficialmente as regiões turísticas do Paraná (PARANÁ, 2016a). O planejamento da atividade turística com foco na regionalização resultou no traçado de dez regiões turísticas em 2005 e, depois de uma reorganização dos municípios turísticos no país em 2013, o Paraná passa então a ter 14 regiões turísticas, delimitadas de acordo com a potencialidade de cada região: Litoral do Paraná, Rotas do Pinhão, Campos Gerais, Terra dos Pinheirais - Centro-Sul, Estradas e Caminhos, Corredores das Águas, Riquezas do Oeste, Vales do Iguaçu, Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, Vale do Ivaí, Roteiros da Comcam, Lagos & Colina, Norte do Paraná e Norte Pioneiro (PARANÁ, 2016b).

Hoje no estado do Paraná são 283 municípios com potencial turístico, agrupados em 14 regiões turísticas, de acordo com pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo (PARANÁ, 2017).

Por meio da metodologia de trabalho do Ministério do Turismo, dentro das regiões turísticas, as instâncias de governança, junto com as entidades representativas do turismo nos estados, passaram a organizar rotas turísticas temáticas, como a Rota das Águas, Rota Sonho Lindo, Rota do Rosário e também o caso da Rota do Café, que será aprofundado à frente.

Uma entidade que tem contribuído no cenário do turismo em grande parte dos estados brasileiros (inclusive no Paraná) é o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). O Sebrae foi criado pelo governo brasileiro em 1972 como Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (CEBRAE) e tinha como objetivo dar suporte ao desenvolvimento de pequenas e médias empresas, dos mais variados segmentos (SEBRAE, 2016). O Sebrae compõe um conjunto de entidades denominado Sistema “S”:

Termo que define o conjunto de organizações das entidades corporativas voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, que além de terem seu nome iniciado com a letra S, têm raízes comuns e características organizacionais similares. Fazem parte do sistema S: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai); Serviço Social do Comércio (Sesc); Serviço Social da Indústria (Sesi); e Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac). Existem ainda os seguintes: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar); Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (Sescoop); e Serviço Social de Transporte (Sest) (AGÊNCIA, 2016, p. 1).

No caso das atividades ligadas ao turismo, além do Sebrae, outras entidades do sistema “S” tem parte de suas ações voltadas à área, seja por meio da oferta de cursos técnicos e profissionalizantes nas áreas de hospitalidade e turismo para estabelecimentos comerciais (Senac), seja pelo incentivo à diversificação da atividade produtiva no espaço rural e também capacitação dos produtores rurais neste segmento (Senar), ou organizando e comercializando junto aos seus associados atividades de lazer e turismo com um custo mais baixo do que os ofertados no mercado, como é o caso do Sesc, no programa “Turismo Social”. Inclusive estas entidades citadas são algumas das que mais atuam em Londrina e região quando se trata de turismo.

Neste sentido, Coriolano (2003a) salienta que se faz necessário complementar as economias de grandes e megaempresas, com as médias, pequenas e microempresas (aqui podendo incluir também os microempreendedores individuais, por exemplo, os artesãos se enquadram nesta categoria), para beneficiar outras camadas da população.

O turismo, apesar de ser uma atividade atrelada especialmente aos grandes capitais, oferece oportunidade a pequenos comércios, empresas, e negócios mais participativos, como bares, restaurantes e pousadas, com as mais diversas prestações de serviços, que se espalham por todos os espaços turísticos. (CORIOLANO, 2003a, p. 169)

Em Londrina, o Sebrae possui, dentre suas estratégias de atuação, equipes que trabalham nas áreas de formação de liderança, consultoria e empreendedorismo em setores como: empresas de varejo, metal mecânico, construção civil, TI (tecnologia da informação), saúde e turismo, além de ações de revitalização de espaços comerciais. Estas são atividades econômicas que tem se destacado em Londrina e região nos últimos anos, aproveitando a concentração destes setores que Milton Santos chama de produtividade espacial (ou produtividade geográfica), justificando que “[...] sem minimizar a importância das condições naturais, são as condições artificialmente criadas que sobressaem, enquanto expressão dos processos técnicos e dos suportes geográficos da informação” (SANTOS, 1996, p. 198).

No setor do turismo o Sebrae busca oportunidades para os pequenos negócios (entre os que já existem ou verificar se há potencial local para serem criados), analisar a viabilidade do empreendimento, ampliar sua formalização, sugerir ideias de negócios, melhorar a qualidade dos serviços prestados e a competitividade das empresas atendidas pela entidade. Foram nestas frentes que o Sebrae Londrina buscou atuar junto aos empreendimentos da Rota do Café.

Coriolano et al (2009) tece uma reflexão importante acerca do empreendedorismo em um estudo realizado sobre os arranjos produtivos locais de base comunitária do turismo no Ceará (APLBS) e que contribui com a análise

dos empreendedores da Rota do Café e seu envolvimento em iniciativas como a do Sebrae.

A capacidade empreendedora do indivíduo não se liga diretamente a um conjunto de saberes de apreensão rápida [...]. A habilidade é intangível, não é de natureza universal, não é transferível [...]. E não se identifica como talento nato [...]. Mas como fenômeno cultural, de experiências que alargam e qualificam as escolhas dos indivíduos, cria possibilidades de desenvolvimento de atributos sociocomportamentais que trazem consigo estímulo ao pensar, ao sonhar, ao criar e à vontade de modificar, de alterar, de ousar diante da situação. [...] Passa necessariamente, pela valorização e capacitação para o associativismo, para a cooperação, colaborando para a realização pessoal e profissional do indivíduo, sem desconsiderar o coletivo. (CORIOLANO et al, 2009, p. 34).

Rodrigues (2003b) também contribui com esta discussão ao explicar que é deveras importante o estímulo à inovação social por meio do empreendedorismo que conduz a um maior protagonismo no sentido da gestão, da parceria, do envolvimento nos projetos do início ao fim, preceitos que o Sebrae busca incentivar nos empreendedores da Rota do Café.

Desde o início dos trabalhos desenvolvidos pelo Sebrae, quando a Rota do Café ainda era um projeto vinculado à pasta de turismo da entidade na regional de Londrina, muitos proprietários de estabelecimentos vinculados ao café foram procurados pela entidade (por indicação de entidades do setor em Londrina) pois possuíam atrativos importantes para compor a Rota do Café. Em outros casos, depois que a Rota passou a ser mais conhecida na região, outros procuraram o Sebrae pois gostariam de fazer parte do roteiro.

É importante que haja oportunidade de os interessados se capacitarem e qualificarem os serviços prestados e também que possam potencializar o uso dos seus recursos para incremento de sua renda, corroborado também pelos autores anteriormente mencionados.

É possível sim e também importante, a apropriação de metodologias de desenvolvimento de empreendedorismo [...] e conhecimentos instrumentais (fluxo de caixa, diagnóstico de mercado, análise financeira, plano de negócios, plano de marketing, gerenciamento

estratégico etc.), postos a serviço do empreendedorismo e tão bem difundidos por instituições renomadas como Sebrae/Empretec e Senac. (CORIOLANO et al, 2009, p. 35)

Como forma de conhecer o processo de planejamento e desenvolvimento da Rota do Café, no dia 05 de dezembro de 2015, foi realizada uma entrevista com uma consultora do Sebrae (neste artigo intitulada como consultora de turismo), que foi coordenadora técnica da Rota do Café até dezembro de 2015. Ela conta que, em 2007, o Sebrae/PR passou a traçar estratégias com projetos de turismo (o que até o momento não fazia parte das pastas de trabalho do Sebrae Paraná), sendo assim um parceiro do Ministério do Turismo e da Setu na execução das políticas públicas de turismo no estado. Por meio da Unidade Regional de Londrina, o Sebrae deu início ao diagnóstico turístico e propostas de desenvolvimento da região turística “Norte do Paraná” (que na época contava com 32 municípios, pois ainda não havia se desmembrado em “Norte Pioneiro”).

O diagnóstico iniciou-se a partir de uma solicitação da Agência de Desenvolvimento Turístico do Norte do Paraná (Adetunorp), com o envolvimento da Setu, Paraná Turismo (Escritório Regional de Londrina), Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), Senar, Sesc e Senac Paraná, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel/PR), Associação Comercial e Industrial de Londrina (Acil), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Instituto Agrônomo do Paraná (Iapar), Londrina *Convention Bureau*, Museu Histórico de Londrina\UEL, Organização das Cooperativas do Paraná (Ocepar), Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Londrina (Sindhotéis), Sociedade Rural do Paraná (SRP), prefeituras municipais, empresários do setor e conselhos municipais de turismo (LOBO; SERENATO, 2008).

Dentro das propostas deste estudo realizado pelo Sebrae, foram identificadas oportunidades de se trabalhar com a formatação de roteiros turísticos integrados, com intuito de aproveitar a diversidade dos elementos das paisagens culturais e naturais da região. Em seu planejamento estratégico, o Sebrae segue as políticas públicas do Ministério do Turismo, dentre elas, a do Programa de Regionalização do Turismo (por meio da roteirização turística).

Roteiro turístico é “[...] um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro” (BRASIL, 2007, p.13). O processo de roteirização visa à integração e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turista. A proposta é que se integrem e se complementem na prestação de serviços aos turistas, buscando realizar um trabalho conjunto de estruturação e promoção, em que cada peculiaridade local possa ser valorizada, com benefícios econômicos e socioculturais aos envolvidos.

Segundo a consultora em turismo, a partir do diagnóstico foram identificados alguns segmentos possíveis de se desenvolver o turismo na região, mas dentre estas possibilidades as que ficaram mais claras foram uma rota do agronegócio e uma rota do café.

A consultora em turismo explica que a possibilidade mais forte de se trabalhar o turismo foi por meio da identidade com o café, pois a partir do diagnóstico realizado pelos consultores do Sebrae, estes perceberam que o café estava muito presente nas características do norte do estado. Assim então surge a ideia da Rota do Café com um caráter mais turístico, de lazer e de valorização da memória (diferente do perfil da rota do agronegócio, cujo principal objetivo era o intercâmbio de conhecimentos em práticas agrícolas e fomento de negócios), que tinha por objetivo promover o desenvolvimento regional implantando boas práticas de turismo.

O Sebrae, em parceria com o Ministério do Turismo, lançou em 2015 um guia de Boas Práticas em Turismo. Para isso, foi feito um levantamento em 65 destinos brasileiros, de ações, práticas e/ou projetos na área de turismo que, dentre outros requisitos, tivessem como premissa “[...] promover benefícios locais ou regionais; apresentar resultados efetivos que impactassem de forma direta ou indireta o turismo e/ou o turista; [...] e terem sido viabilizados por meio da articulação entre diversos atores locais [...]” (SEBRAE, 2015, p. 5). O objetivo do guia, segundo o Sebrae, era contribuir para a disseminação de práticas no turismo que fomentassem o desenvolvimento das localidades envolvidas e a articulação regional. Algumas práticas destacadas no guia foram: agricultura

familiar voltada para turismo sustentável em Maraú/BA, Rede Caiçara de Turismo Comunitário em Paranaguá/PR, Ciclotur Chapada do Araripe em Nova Olinda/CE e coleta seletiva de lixo na Vila de Jericoacoara em Jijoca de Jericoacoara/CE, dentre outros.

A ideia fundamental da criação da Rota do Café proposta pelo Sebrae era, a partir dos elementos que ainda permanecem na paisagem, valorizar a história e a cultura de uma das regiões mais importantes na produção de café no Brasil: o Norte do Paraná, a partir da formalização dos serviços de atendimento ao turista (abertura de uma empresa como microempreendedor individual, micro ou pequena empresa, por exemplo) e também do fortalecimento dos negócios já existentes na região.

Segundo Lobo e Serenato (2008, p. 238) durante a oficina de Avaliação do Plano de Desenvolvimento Turístico Regional, “[...] quatro itens foram classificados como imagens ou elementos de identidade para o turismo na Região Turística Norte do Paraná: café (apresentado como ícone da região), terra roxa, pés vermelhos e colono plantando”. Desta forma, duas das nove propostas de tematização de roteiros integrados foram “lazer rural” e “fazendas de café”.

Assim, entre 2007 e 2009, como um desdobramento do primeiro diagnóstico feito, mas agora mais focado na temática do café, o Sebrae passa a visitar as propriedades e a descobrir possibilidades de turismo vinculados à cultura do café para o planejamento e operacionalização do roteiro (ou seja, a elaboração e os processos que serão executados para que o roteiro possa ser comercializado). A Rota do Café como projeto de turismo do Sebrae, teve 90% dos custos subsidiados pelo Sebrae (em que se inclui as capacitações, consultorias, viagens técnicas, material gráfico de divulgação, participação em feiras e realização de eventos) e cerca de 10% por parte dos empreendedores (normalmente em forma de mão de obra e produtos comercializados).

O principal tema para análise dos atrativos era o café (seja no sentido histórico-cultural, gastronômico, da produção agrícola, da vivência no ambiente rural ou urbano), contanto que tivesse uma ligação direta ou indireta com o café. Na organização dos passeios, inclusive, dentro da própria Rota do Café, o pré-

requisito era de que numa programação com quatro empreendimentos a serem visitados, por exemplo, pelo menos dois fossem em empreendimentos âncora, ou seja, que tivessem forte ligação com o café. Atrativo âncora é quando o local tem papel importante para a tematização dos roteiros e atrai expressivos números de visitantes. “A ideia central é aproveitar o potencial dos atrativos âncora para aumentar o conteúdo cultural e atratividade geral dos roteiros” (BRASIL, 2010, p. 75). Os demais empreendimentos poderiam ter outros tipos de atrativos, mas que permitissem ao turista momentos de vivência com os aspectos culturais do norte do Paraná.

Com mais de 40 empreendimentos associados e uma abrangência de 15 municípios, em 13 de novembro de 2009 a Rota do Café é lançada oficialmente, com o *slogan*: "Na Rota do Café todos tem uma história para contar e você uma nova história para viver". O *slogan* busca traduzir o objetivo da Rota que é permitir a valorização da cultura cafeeira do norte do Paraná, por meio das memórias e vivências pelas paisagens culturais e naturais, além da troca de conhecimentos e a interação entre visitantes e empreendedores.

Conforme relatado pela consultora em turismo, após o lançamento, o trabalho do Sebrae foi estruturar o roteiro e depois promovê-lo por meio de realização e participação em eventos, parcerias e acesso de mercado, que são viagens de familiarização (*famtour*) oferecidas à mídia (jornalistas, *blogueiros* etc), aos formadores de opinião (gestores de entidades públicas e privadas voltadas direta ou indiretamente à atividade turística) e às operadoras de turismo, em busca de ampliar o conhecimento em relação à Rota. Nestes casos os empreendedores cobravam apenas o custo ou até não cobravam, pois seriam diretamente beneficiados pela ação, por meio de novos negócios, mídia sem custo para seu empreendimento etc.

Buscou-se trabalhar por meio de ações conjuntas e participativas com os empreendedores. Antes da formalização da associação o grupo de empreendedores que participava do planejamento da Rota era chamado de governança. Segundo a consultora em turismo, o processo teve como propósito promover a estruturação da Rota de forma integrada e participativa dos empreendimentos envolvidos, por meio de geração de negócios, emprego e

renda, acesso à inovação e tecnologia, com vistas ao desenvolvimento regional por meio do turismo. Desde o início a Rota do Café tem como princípios norteadores o turismo rural (aproveitando as particularidades das propriedades rurais, seja pelas paisagens naturais e culturais, pela fabricação de produtos alimentícios e artesanato, ou pela lida nas atividades agropecuárias cotidianas atrativas aos visitantes), o turismo cultural (pela valorização das manifestações e bens culturais materiais e imateriais), a “sustentabilidade” (pelas dimensões ambiental, sociocultural e econômica) e a economia da experiência (parte dos consumidores está propensa a valorizar mais a experiência que pode ser vivida do que os atributos dos produtos e serviços em si), dentro do que se chama de consumo não-material (SANTOS; SILVEIRA, 2005).

O turismo tem se apropriado do “conceito” de economia da experiência nos últimos anos, para proporcionar aos turistas experiências memoráveis, utilizando os recursos de sua própria região, explorando criativamente os temas originais de sua cultura, valorizando suas paisagens, onde o turista deixa de ser passivo (expectador), para interagir com o local em que está frequentando.

Panosso Netto afirma que “[...] a experiência pode alargar o conhecimento humano; pode modificar de forma positiva o modo de pensar; e é um processo intelectual. Assim, pode ser que ao aplicarmos ao turismo essas três ideias consigamos tirar melhor proveito das viagens” (2010, p. 46). Ou seja, por meio da atividade turística as pessoas podem experimentar sensações e conhecer paisagens diferentes de seu cotidiano, ampliando seu conhecimento de mundo (paisagens, artesanato, gastronomia, hábitos). Ao se deparar com uma realidade diferente da sua (por exemplo, um turista “urbano” durante visita de imersão em uma comunidade indígena amazônica, quilombola ou de permacultura) pode desmistificar alguns preconceitos em relação aos modos de vida destas comunidades e passar a reconhecer, compreender, valorizar e respeitar o que é diferente do seu cotidiano, podendo proporcionar, inclusive, um crescimento intelectual.

No começo os empreendimentos foram incorporados à Rota do Café sem que houvesse exatamente todos os requisitos necessários para seu ingresso, pois o importante naquele momento era formar um grupo e ter pessoas

interessadas em participar da Rota e engajadas em passar por um processo de melhoria de seus negócios, já que o Sebrae concede aos seus associados capacitações em diversas áreas, consultorias e parcerias entre empreendedores da Rota e o mercado (para comercializarem seus produtos e serviços).

Com o tempo, além de capacitações e certificações, os consultores, ao realizarem as visitas às propriedades, após sua inclusão na Rota do Café e período de qualificação dos serviços, passam a prestar consultorias individuais (subsidiadas também pelo Sebrae), com intuito de averiguar os seguintes itens nos empreendimentos: acessibilidade (conservação das estradas e placas de identificação), organização dos espaços/estrutura (limpeza, higiene, iluminação, lixeiras, jardinagem, decoração), atratividade (se a criatividade é utilizada nos espaços da empresa/propriedade, se possui equipamentos de lazer e entretenimento, se os espaços convidam para o bem-estar e à acolhida, se realiza a partilha de experiências e/ou conhecimentos e técnicas de manejo), equipe de trabalho (se apresenta mão-de-obra qualificada) e comunicação (como ocorre a comunicação com os clientes, se via telefone, via *web*, se realiza avaliação dos serviços prestados, se possui cadastro dos visitantes).

Conforme os consultores iam encontrando fragilidades em alguns quesitos, iam direcionando os empreendedores em busca de melhorar a qualidade na prestação dos serviços para que a experiência do visitante em sua propriedade fosse agradável, que o mesmo queira voltar ou indique e faça uma boa avaliação do lugar, para que os proprietários ampliem o número de visitantes e sua receita.

Em 2011, a Rota do Café ficou em primeiro lugar na categoria Roteiro Turístico na premiação dos casos de sucesso na implementação do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo. O objetivo central deste prêmio é de reconhecer, compartilhar e estimular as boas práticas de ações implantadas, voltadas ao desenvolvimento turístico regional (ROTA, 2016).

Além das consultorias, como forma de capacitar os empreendedores da Rota do Café foram realizadas viagens técnicas, como por exemplo, para o Vale do Café e Serra Imperial (Rio de Janeiro), Acolhida na Colônia (Santa Catarina), Serra Gaúcha, Museu do Café (Santos), entre outras. O objetivo destas viagens

técnicas é conhecer iniciativas de turismo vinculadas ao café no Brasil e que se destacam em termos de gestão dos atrativos, criatividade na tematização do café, hospitalidade, valorização da cultura local, planejamento e organização do turismo por meio de associações, para que os empreendedores da Rota pudessem se inspirar e pensar em possibilidades para seus empreendimentos.

Objetivando valorizar a cultura cafeeira na região e divulgar a Rota do Café, o Sebrae (e a partir do ano de 2016 a Associação Rota do Café) tem como uma de suas premissas a participação e realização de eventos, pois além de divulgar a Rota do Café e as manifestações culturais da região norte do Paraná, estes eventos permitem a troca de informações, a geração de parcerias e negócios e estabelecem vínculos de amizade (durante as viagens e no decorrer do evento). O investimento principal na participação nas feiras foi do Sebrae. Mas os empreendedores sempre contribuíram com algo, por exemplo, com a mão de obra no atendimento nos estandes, com a comercialização dos seus produtos e com a arrecadação feita pela governança para apoiar a logística e o funcionamento do estande.

Os empreendedores da Rota desde o início se alternam para participar das feiras gastronômicas e de turismo com intuito de divulgar seus trabalhos, como Salão do Turismo Paranaense da Abav (Associação Brasileira de Agentes de Viagens) em Curitiba/PR, Expo Londrina (Exposição Agropecuária e Industrial de Londrina), Fest Café (realizado pela Abrasel em Londrina), Festival de Turismo das Cataratas em Foz do Iguaçu, Ficafé (Festival Internacional de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná) em Jacarezinho, Abav das Américas em São Paulo, Festival de Turismo de Gramado, entre outras.

As feiras de negócios têm expandido no Brasil, chegando a movimentar R\$ 16,3 bilhões na cidade de São Paulo, local em que se concentra a maior parte das feiras de negócios (UBRAFE, 2016). Tais eventos movimentam também outros setores, como hotelaria, transportes e alimentação. Estas feiras são importantes tanto para a exposição e divulgação de produtos e serviços, com intuito de mostrar seu diferencial perante os demais, como também para o fechamento de parcerias e negócios.

Palco privilegiado para o fechamento de negócios que envolvem, em geral, elevadas somas de dinheiro, as feiras são também o veículo de uma nova racionalidade que impõe paulatinamente ao mercado. [...] Visitados por um enorme público, esses eventos são poderosos instrumentos que antecipam a aceitação dessa nova lógica que invade, pouco a pouco, o cotidiano de milhares de pessoas e empresas. (ALMEIDA, 2005, p. 396)

Anualmente, desde 2012 é realizada em Londrina a Semana do Café, que celebra o Dia Nacional do Café, comemorado em 24 de maio em todo o Brasil. O objetivo do evento é ofertar à população de Londrina e região uma programação diversificada de entretenimento e lazer, buscando aproximar as pessoas à cultura do café.

Durante os dias de realização da Semana do Café, a programação conta com grupos musicais regionais (já se apresentaram o Grupo de Acordeom Evelina Grandis, Orquestra de Viola Caipira São Domingos Sávio, Grupo Intermezzo, entre outros), apresentações teatrais e de dança, exposição dos produtos e serviços da Rota do Café na “Vitrine Rota do Café”, o “Espaço Vivências” (onde o café pode ser experimentado de diversas maneiras como por meio da abanação – técnica para separar os grãos das folhas, galhos e terra, utilizando uma peneira –, mesa de prova de cafés, torra de café no fogão a lenha etc), “Tenda dos Sabores” (local onde alguns empreendedores da Rota do Café elaboram pratos e bebidas à base de café, oferecendo oficinas gastronômicas e degustação), oficinas de arte com o tema café para as crianças, Cine Café (com exibição de filmes e documentários sobre o café e sua história no norte do Paraná), além da comercialização de pequenos roteiros da Rota do Café e *city tour* temático do café em Londrina. Durante o passeio, um guia de turismo local acompanhava o grupo pelos seguintes pontos de interesse histórico e turístico: Museu Histórico de Londrina, Teatro Ouro Verde, Edifício América, Museu de Arte de Londrina, Mansão Celso Garcia Cid, na Avenida Higienópolis, aeroporto, Avenida do Café (no antigo prédio do IBC – Instituto Brasileiro do Café) e Casa do Príncipe do Café (Salim Sahão), na rua Maragogipe. Além de contar a história de cada local visitado, o guia também procurava relacionar ao contexto histórico-cultural da cidade na atualidade.

A Rota, até 2015, fez parte do Projeto de Turismo Norte Paranaense do Sebrae/PR, constituindo-se, posteriormente, na Associação Rota do Café (ARC), sendo gerida pelos próprios empreendedores.

A Rota do Café na atualidade

Atualmente seis municípios compõem a ARC: Londrina, Arapongas, Ibiporã, Santa Mariana, Ribeirão Claro e São Jerônimo da Serra, em um raio de distância de aproximadamente 200 quilômetros de Londrina (cidade sede da Rota). Conta hoje com empreendimentos e associados e parceiros (dentre eles pousadas, cafeterias, museus, restaurantes, agroindústrias, fazendas históricas e produtivas e instituições de pesquisa, além de barista e corretor de café) que possuem relação direta ou indireta com a cultura cafeeira.

Com a mudança da atuação do Sebrae junto à Rota do Café, foi formalizada no dia 14 de dezembro de 2015 a Associação Rota do Café (ARC). Com objetivo de levantar informações e dados sobre esta nova fase da Rota, no dia 30 de abril de 2019 foi realizada uma entrevista com a atual presidente da ARC.

O que se observa na dinâmica da Rota do Café é a busca pela valorização de elementos da cultura cafeeira vinculadas à história do norte do Paraná, seja por meio de elementos materiais (equipamentos e ferramentas utilizados nas fazendas na produção do café, fotografias, documentos, objetos pessoais, que podem “narrar” fatos da história de uma família, de uma comunidade, de uma cidade), ou também por meio de elementos imateriais da cultura, relacionados à memória, como os ofícios e técnicas do cultivo do café, os costumes, as festas, as crenças etc. Estes elementos “[...] nos possibilita compreender a relação entre esses bens – materiais ou não – e o contexto sociocultural em que foram criados, os valores simbólicos que tinham e o modo de vida da comunidade” (DIAS, 2006, p. 68).

Não são apenas os elementos históricos que devem fazer parte das práticas turísticas. Conhecer as novas técnicas e tecnologias empregadas hoje na lavoura de café, adequar os espaços de hospedagem com camas mais novas

e confortáveis, novas técnicas no preparo do café (além das tradicionais), utilizar da *internet* como meio de comunicação com os visitantes ou até criar um roteiro com um mapa digital, o qual o visitante pode acessar de seu celular, são coexistências que não se anulam necessariamente. Segundo Santos (1997, p. 98), “Cada lugar combina variáveis de tempos diferentes. [...] Tanto o novo quanto o velho são dados permanentes da história [...]”. E o autor ainda salienta que:

As rugosidades – formas remanescentes dos períodos anteriores – devem ser levadas em conta quando uma sociedade procura impor novas funções. [...] Resta-nos tão somente uma mistura de formas novas e velhas, de estruturas criando novas formas mais adequadas para cumprirem novas funções ou se adequando a formas velhas, criadas em circunstâncias já passadas. (SANTOS, 1997, p. 55)

A associação Rota do Café tem como alguns de seus objetivos promover a integração e o desenvolvimento dos empreendimentos associados; buscar parcerias visando a melhoria e desenvolvimento da Rota do Café; captar investimentos que promovam e qualifiquem a Rota do Café; comercializar *souvenirs* e produtos dos negócios/empreendimentos associados, da forma como foram idealizados, regem os princípios de uma associação. As práticas associativas têm surgido como meio de promover a gestão da atividade com bases locais, de forma cuja gestão participativa incite a atuação dos envolvidos nos processos de tomada de decisão para um objetivo comum.

A formalização de uma associação é importante para que o grupo seja “[...] sistematicamente constituído para desempenhar determinadas funções e operar em conformidade com certas regras de procedimentos previamente estabelecidas por regimentos, estatutos, etc” (TEIXEIRA; SOUZA; WANDSCHEER, 2012, p. 79). É uma maneira de dividir de forma organizada as responsabilidades entre os associados. Quando a Rota do Café era gerida pelo Sebrae, grande parte da decisão, planejamento e ações a serem executadas era responsabilidade da entidade, com a participação dos associados à Rota, mas sem poder de decisão (a maior parte das diretrizes a serem seguidas vinham fixadas, afinal de contas a Rota do Café foi um projeto idealizado e mantido pelo

Sebrae até 2015). A partir da criação da associação é que a gestão passa para os próprios empreendedores, buscando que o trabalho em conjunto, que se prega para uma associação, ocorra.

Os empreendimentos associados à ARC não possuem como principal atividade o turismo. Mesmo cada um tendo sua atividade econômica principal ligada à produção primária, secundária ou de prestação de serviços, há uma atuação mais abrangente,

[...] o qual transcende as funções tradicionais de produção de bens primários, tendo agregado em seus espaços atividades secundárias, de transformação e, ainda, atividades do setor terciário, de prestação de serviços, passa também a agregar associações que compreendem a melhoria e fortalecimento dessas [...]. (TEIXEIRA, SOUZA e WANDSCHEER, 2012, p. 79)

Os autores acima citados ainda esclarecem que a expansão de associações que tem como objetivo o fortalecimento do turismo, não excluem, necessariamente, a produção principal de seus objetivos e têm incorporado em suas metas o fortalecimento de outras atividades, as quais denotam um rol de atividades mais abrangente e dinâmico.

Para tanto, pensar o associativismo, enquanto forma de gestão do turismo [...] pressupõe pensar um planejamento participativo da atividade, no qual todas as etapas que congregam o processo de planejamento sejam construídas a partir dos atores sociais que estão agregados a roteiros [...] (TEIXEIRA, SOUZA e WANDSCHEER, 2012, p. 80).

Pode-se trazer para a reflexão conceitos de Santos e Silveira (2005) sobre a dialética existente entre a solidariedade organizacional e a solidariedade orgânica, presentes na Rota do Café.

A solidariedade orgânica resulta de uma interdependência entre ações e atores que emana da sua existência no lugar. Na realidade, ela é fruto do próprio dinamismo de atividades cuja definição se deve ao próprio lugar enquanto território usado. [...] A solidariedade

organizacional supõe uma interdependência até certo ponto mecânica, produto de normas presididas por interesse de modo geral mercantis, mutáveis em função de fatores do mercado. (SANTOS; SILVEIRA, 2005, p. 306-307)

Ao mesmo tempo em que há a solidariedade organizacional, a partir do momento que houve a criação da Rota do Café vinculada a uma entidade (Sebrae) que tem o objetivo de formalizar e/ou fortalecer as micro e pequenas empresas, por meio de verticalidades, normas e padrões externos e até certo ponto padronizados de procedimentos metodológicos de trabalho (já que, mesmo atendo-se às regionalidades, a metodologia de trabalho do Sebrae é de caráter nacional), expressão das forças exógenas de mercado, há também a solidariedade orgânica, que se refere aos empreendedores e sua relação com o lugar, também produto da horizontalidade das relações interpessoais, estabelecendo vínculos de amizade, por estarem tanto tempo trabalhando juntos, na proximidade direta ou indireta com a cultura do café, de parceria na organização de eventos em suas propriedades, na troca de mercadorias a serem comercializadas, na disponibilidade de mão de obra em trabalhar por um bem comum que é o fortalecimento da Rota do Café, um bem que agora deve ser coletivo (no sentido de grupo) e não mais visto como pertencente ao Sebrae. É a partir do desenvolvimento da solidariedade orgânica que a Rota do Café se fortalece como um elemento propulsor da valorização da cultura cafeeira no norte do Paraná e irá permitir que se desenvolva como roteiro turístico capaz de gerar também benefícios sociais e econômicos para os empreendedores.

É a partir do espaço geográfico que se dá a solidariedade orgânica; tais atividades, não importa o nível, devem sua criação e alimentação às ofertas do meio geográfico local [...]. Trata-se, aqui, da produção local de uma integração solidária, obtida mediante solidariedades horizontais internas, cuja natureza é tanto econômica, social e cultural como propriamente geográfica. A sobrevivência do conjunto, não importa que os diversos agentes tenham interesses diferentes, depende desse exercício da solidariedade, indispensável ao trabalho, e que gera a visibilidade do interesse comum (SANTOS, 2000, p. 110).

Porém, a condução dos trabalhos como associação, na prática, apresenta diversos obstáculos. Segundo a presidente da ARC, apesar do forte potencial que a Rota do Café possui, não existe ainda grande demanda de turistas. Apesar de terem feito várias ações para divulgar a Rota, não se formam grupos, conforme foi a proposta inicial da ARC. Como as agências só operam com um mínimo de 10 pessoas, as saídas têm sido canceladas com frequência. O formato autoguiado, elaborado pela associação para atender grupos pequenos de duas a cinco pessoas, tem tido uma procura maior, mas ainda não é suficiente para a associação se sustentar. Além disso, os turistas optam em visitar só um atrativo e não fazer o roteiro completo, como era a proposta da associação. Como forma de adequar o produto à demanda, foi desenvolvido o roteiro guiado para três pessoas com valores acessíveis, incluindo um guia credenciado e serviço de traslado. Estão sendo feitas adaptações no *site* para facilitar a comercialização dos roteiros.

Já do ponto de vista interno da associação, a presidente percebe uma desmotivação geral, em virtude da falta de visitas aos empreendimentos. De acordo com a mesma, muitos membros não comparecem às reuniões, não assumem tarefas importantes para viabilizar o planejamento e há dificuldades de comunicação interna. Como associação é possível captar recursos públicos para o desenvolvimento de projetos, mas para isso é necessário o engajamento para escrever projetos, assumir responsabilidades e principalmente ter membros comprometidos.

Ao estudar o roteiro turístico da Comunidade do Guajuvira, em Araucária (PR), criado por iniciativa da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e, posteriormente, sendo formada uma associação de turismo entre as famílias da comunidade, Nitsche (2011) relata que a associação foi composta por representantes de três das quatro famílias participantes que passaram a enfrentar o problema de não haver maior participação da comunidade nas reuniões para alinhamento das ações. O roteiro, em seu lançamento, tinha oito famílias participantes e, na época do presente estudo de Nitsche, havia apenas quatro famílias que ainda participavam. A partir de sua pesquisa, a autora levantou alguns problemas: os participantes não tinham o hábito de frequentar as reuniões; havia certa comodidade em relação à presença do poder público

que direcionava as ações; escassa comunicação entre os integrantes do roteiro, entre outros.

Casos parecidos com o que se encontra em alguns momentos da Rota do Café, principalmente nos últimos anos. O que a presidente da ARC e a consultora em turismo mencionaram durante as entrevistas foi que, com o passar do tempo, sempre os mesmos empreendedores continuaram a participar ativamente das reuniões de governança e, após a formação da associação, foram estes empreendedores que continuaram à frente sendo eleitos no quadro da diretoria.

Nitsche (2011, p. 46) salienta que “A maioria dos projetos turísticos [...] que contemplam várias famílias depende da coesão destas pessoas, porém, muitas vezes, esta população não se incorpora ao projeto, o qual fica sob encargo do poder público ou de outra instituição proponente”.

Mesmo com a formação de organizações locais (associações), constatada por meio da pesquisa que Nitsche realizou sobre este roteiro e em outros dois na região metropolitana de Curitiba, a autora observou “[...] que os mesmos ainda possuíam grande dependência do poder público para tomada de decisões, divulgação, comercialização, qualificação de recursos humanos, entre outras atribuições” (NITSCHE, 2011, p. 46).

Durante o tempo em que a Rota era gerida pelo Sebrae (instituição proponente), ao mesmo tempo em que os empreendedores tinham pouco a opinar nas decisões, havia também pouco envolvimento da maioria dos empreendedores nas reuniões, na participação em feiras, na discussão de melhorias para a Rota etc. Outra situação é que, como o Sebrae custeou a maior parte dos gastos e investimentos na Rota do Café até 2015, os empreendedores passaram por vários momentos de capacitação em diversas áreas, consultorias para qualificar seu negócio, divulgação e credibilidade por fazer parte de um projeto do Sebrae, parcerias que nasceram a partir do projeto, entre outros, e tudo isso com um investimento muito baixo, quase inexistente. A partir do momento em que se cria uma associação e a gestão passa a ser “descentralizada”, ou seja, não é focada apenas no Sebrae, mas sim num grupo de pessoas, para a existência da associação é necessário que os

empreendedores pagassem uma contribuição anual (para manutenção da associação) e também dispusessem mais tempo e engajamento à Rota. Com isso, muitos associados se desligaram, pois não conseguiram assumir as responsabilidades que viriam com a formalização da associação.

De maneira geral, para que a atividade turística tenha êxito é importante a participação efetiva dos grupos diretamente envolvidos com a atividade turística (governo, iniciativa privada e sociedade civil). Essa participação não depende só dos proponentes em convidar os demais a participarem, mas também que cada indivíduo se sinta pertencente ao lugar a ponto de se engajar em busca soluções para melhoria de vida da população (ou da associação, neste caso). Como salienta Martins (2002, p. 52) “Na essência da participação pessoal está, além da tomada de consciência, a formação de um senso crítico e a sensibilidade”.

Entende-se que a participação comunitária não se deve resumir a envolvimento esporádicos e parciais de alguns órgãos e instituições de representação social. Participação é empenho pessoal por um aprendizado difícil das regras e meios de se fazer ouvir, entender e atender (MARTINS, 2002, p. 52).

Considerações finais

A consolidação desta rota turística permite aprofundar os laços dos norte-paranaenses com a história do café por meio da valorização de seu patrimônio, ao mesmo tempo em que, aos turistas, permite uma oportunidade de conhecimento de paisagens e da cultura local, considerando a paisagem em suas várias dimensões: morfológica, funcional, histórica, especial, e, fundamentalmente por ser turística, na sua dimensão simbólica.

Apesar de muitos empreendimentos se desassociarem da Rota com o passar do tempo, os que hoje permanecem estão engajados em seu trabalho de envolver os turistas na cultura do café do norte do Paraná.

Nestes 10 anos de trabalho, houve muito aprendizado, crescimento, estruturação e fortalecimento da Rota do Café como roteiro turístico cultural e, mais recentemente, como associação. Porém, para que os objetivos da associação sejam cumpridos com êxito e com resultados aos envolvimento, é necessário o envolvimento dos associados em prol do objetivo comum que é a associação, mesmo que cada associado tenha como principal fonte de renda outra atividade econômica que não o turismo.

Há espaço ainda para ampliação da oferta e diversificação de serviços, assim como de novos associados, que serão fruto do trabalho do grupo que, ao mesmo tempo que busca ampliar os benefícios do turismo para sua propriedade, também devem ter o objetivo comum de ampliar o conhecimento sobre o café e tudo o que traz de histórias e memórias.

Referências

AGÊNCIA Senado. *Sistema S*. Disponível em: <www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/sistema-s>. Acesso em: 05 set. 2016.

ALMEIDA, Ana Maria Chiarotti de. *Participação social dos operários de origem rural em área urbana – Londrina/PR*. Curitiba: Grafipar, 1981.

ALMEIDA, Eliza. Refuncionalização da metrópole no período técnico-científico-informacional e os novos serviços. In: SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 389-400.

BRASIL. Ministério do Turismo. Portaria nº 192, de 27 de dezembro de 2018. Estabelece critérios para a atualização do Mapa do Turismo Brasileiro, instituído pela Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013, e dá outras providências. Disponível em: <www.turismo.gov.br/2018.html?id=12256:Portaria-192-de-27-de-dezembro-de-2018>. Acesso em: 30 abril 2019.

_____. Portaria nº 205, de 9 de dezembro de 2015. Estabelece critérios para a atualização do Mapa do Turismo Brasileiro, instituído pela Portaria MTur nº 313, de 03 de dezembro de 2013, e dá outras providências. Disponível em: <www.turismo.gov.br/legislacao/?p=862>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 - Roteirização Turística. Brasília, 2007. Disponível em: <www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_

publicacoes/modulox20operacional_7_roteirizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 10 set. 2016.

_____. Plano Nacional de Turismo (2003-2007). Brasília, 2003. Disponível em: <www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2016.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira et al. *Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança*. Fortaleza: EDUECE, 2009.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; SILVA, Sylvio C. Bandeira de Melo. *Turismo e geografia: abordagens críticas*. Fortaleza: UECE, 2005.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. Os limites do desenvolvimento e do turismo. *Pasos – Revista de Turismo y Património Cultural*, v. 1, n. 2, p. 161-171, 2003a.

_____. *O turismo de inclusão e o desenvolvimento local*. Fortaleza: Premium, 2003b.

DIAS, Reinaldo. *Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades*. São Paulo: Saraiva, 2006.

LOBO, Yure; SERENATO, Giovana. *Diagnóstico turístico e propostas de desenvolvimento região turística Norte do Paraná*. Sebrae, 2008.

MARTINS, Sérgio Ricardo Oliveira. Desenvolvimento Local: questões conceituais e metodológicas. *Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, v. 3, n. 5, p. 51-59, set. 2002.

NITSCHKE, Letícia Bartoszeck. Compreendendo a Comunidade do Guajuvira, em Araucária, Paraná (PR), Brasil e sua interação com o turismo, sob uma perspectiva cultural. *Turismo & Sociedade*, Curitiba, v. 4, n. 1, p. 32-50, abr. 2011.

PANOSSO NETTO, Alexandre. Experiência e turismo: uma união possível. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs.). *Turismo de experiência*. São Paulo: Senac, 2010. p. 43-55.

PARANÁ tem 283 municípios com vocação turística. *Ministério do Turismo*, 14 set. 2017. Disponível em: <www.turismo.gov.br/assuntos/8151-paran%C3%A1-tem-283-munic%C3%ADpios-com-voca%C3%A7%C3%A3o-tur%C3%ADstica.html>. Acesso em: 15 set. 2017.

PARANÁ. Secretaria do Esporte e do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil*. Disponível em: <www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=270>. Acesso em: 10 jul. 2016a.

PARANÁ. Secretaria do Esporte e do Turismo. *Regiões turísticas do Estado*. Disponível em:

<www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946>.
Acesso em: 10 jul. 2016b.

POZZOBON, Irineu. *A epopeia do café no Paraná*. Londrina: Grafmarke, 2006.

RODRIGUES, Ayr Balastrieri. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: _____ (Org.). *Turismo rural*. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2003. p. 101-116.

_____. Turismo local: oportunidades para inserção. In: _____. *Turismo: desenvolvimento local*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 55 – 64.

_____. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

ROTA do Café. *Atrativos*. Disponível em: <www.rotadocafe.tur.br/rota-do-cafe.html>. Acesso em: 15 jul. 2016.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. *Metamorfoses do espaço habitado*. 5. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SCHINDLER, Andressa Alves Watanabe. *Políticas públicas aplicadas ao turismo*. Curitiba: InterSaberes, 2014.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *O que é o Sebrae*. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos>. Acesso em: 02 set. 2016.

_____. *Boas práticas de turismo 2015*. Disponível em: <[www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/49bc773fab1f3274282d36d053b3de31/\\$File/5832.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/49bc773fab1f3274282d36d053b3de31/$File/5832.pdf)>. Acesso em: 10 set. 2016.

SILVEIRA, Frederico Zenorini de. *Massificação da consultoria: descrição e análise dos processos de mudança do Sebrae-SP*. 2007. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2007.

TEIXEIRA, Andressa Ramos; SOUZA, Marcelino de; WANDSCHEER, Elvis Albert Robe. A emergência do associativismo enquanto forma de gestão de roteiros turísticos rurais. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni; QUEIROZ, Odaléia Telles M. M. (Orgs.). *Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local*. João Pessoa: UFPB, 2012. p. 71-82.

UBRAFE. *União Brasileira dos Promotores de Feiras*. Disponível em: <www.ubrafe.org.br>. Acesso em: 10 set. 2016.