



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

ALINI NUNES DE OLIVEIRA

**A PAISAGEM E O PATRIMÔNIO COMO ATRATIVOS
TURÍSTICOS:
A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ**

Londrina
2018

ALINI NUNES DE OLIVEIRA

**A PAISAGEM E O PATRIMÔNIO COMO ATRATIVOS
TURÍSTICOS:
A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Estadual de Londrina, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia.

Orientadora: Dra. Maria del Carmen Matilde Huertas Calvente

Londrina
2018

ALINI NUNES DE OLIVEIRA

**A PAISAGEM E O PATRIMÔNIO COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS:
A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Estadual de Londrina, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Maria del Carmen
Matilde Huertas Calvente
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profa. Dra. Eloiza Cristiane Torres
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profa. Dra. Letícia Bartoszeck Nitsche
Universidade Federal do Paraná - UFPR

Profa. Dra. Ideni Terezinha Antonello
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Profa. Dra. Rosângela Custodio Cortez Thomaz
Universidade Estadual Paulista - UNESP

Londrina, 09 de abril de 2018.

AGRADECIMENTO

A Deus, pela vida e por tudo que tenho e que sou...

À minha família, pelo amor, apoio, suporte sempre, em especial ao meu marido Angelo que com amor e paciência, foi meu apoio mesmo naqueles momentos em que a vontade é “jogar tudo para o ar”...

À minha orientadora, Carmen, pela longa jornada de aprendizado...

Ao Sebrae, empreendedores e parceiros da Rota do Café, por abrirem suas portas e me acolherem tão bem...

Às professoras da banca, pelas ricas contribuições para a pesquisa e para a vida acadêmica...

Aos amigos que estão sempre presentes no meu coração, mesmo que alguns estejam longe.

O café é, foi e sempre será uma lenda...A história se repete, se modifica, se desvirtua... Cada povo, cada homem, cada época, conta a sua...E conta a seu jeito...A lenda é eterna, imutável.
Repetida através dos séculos estratifica-se, guarda o sabor, a poesia, a beleza dos seus ensinamentos... Deixa marcas em todos os corações... Deixa consolo, deixa doçura...
(ALMEIDA JUNIOR, 1982, p. 53).

OLIVEIRA, Alini Nunes de. **A paisagem e o patrimônio como atrativos turísticos: a Rota do Café – norte do Paraná.** 2018. 284 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina. 2018.

RESUMO

A Rota do Café, uma rota turística criada em 2009 que abrange sete municípios do norte do Paraná, possibilita a rememoração do café para quem viveu o auge da cultura cafeeira e também para os que não a vivenciaram, mas possuem certa afetividade na memória, pela história familiar, por exemplo, sendo uma forma de educar para a valorização do patrimônio e da memória. Esta pesquisa tem como questão central descobrir em que medida elementos remanescentes da cafeicultura na paisagem e na memória (patrimônio material e imaterial) marcam ou poderiam marcar o turismo de base local no Norte do Paraná. O presente trabalho teve como objetivo principal analisar a importância da paisagem e do patrimônio como atrativo turístico na Rota do Café - norte do Paraná, desmembrando-se nos seguintes objetivos específicos: averiguar de que forma ocorreu o planejamento, o desenvolvimento e a gestão da atividade turística na Rota do Café e os efeitos destas ações nas paisagens; analisar as paisagens da Rota do Café e seus vínculos com o patrimônio local ligado à história da cultura cafeeira e investigar quais elementos são mais significativos nas paisagens relacionadas. Tendo em vista a natureza do tema, o trabalho de campo foi fundamental, junto com a pesquisa bibliográfica. No campo foi realizada a observação, as paisagens foram fotografadas e entrevistaram-se os responsáveis pelos empreendimentos associados e os demais envolvidos com a estruturação da Rota. Estes procedimentos foram importantes para a aproximação com o objeto de estudo e para a produção de informação empírica, analisada então à luz da teoria geográfica. No caso dos empreendimentos associados à Rota a resignificação das memórias do café não é apenas relevante para a construção da identidade dos norte-paranaenses, mas também possibilita o desenvolvimento da atividade turística vinculada aos atrativos culturais dos municípios da região que têm em suas raízes os vínculos com o café. Compreende-se, então, que a atividade turística pode propiciar o enriquecimento cultural por meio do contato entre diferentes realidades nas sensações, experiências, ambientes e paisagens, ou seja, na vivência diferente da habitual.

Palavras-chave: Turismo. Paisagem. Patrimônio. Rota do café.

OLIVEIRA, Alini Nunes de. **The landscape and heritage as tourist attractions: Coffee Route - north of Paraná.** 2018. 284 p. Thesis (Doctorate Degree in Geography) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2018.

ABSTRACT

The Coffee Route, a touristic route created in 2009 which covers seven cities in north of Paraná, makes it possible to rescue coffee importance for those who had lived at the height of coffee culture and also for those who did not experience it, but have certain affectivity in memory, such as family history, for example, being a way to educate for valorizing patrimony and memory. This research has as central question to discover how what still exists of coffee culture in landscape and in memory (material and immaterial heritage) marks or can mark tourism of local base in North of Paraná. This paper has as main objective to analyze and to understand the importance of landscape and of heritage as touristic attraction in Coffee Route - North of Paraná, dismembering itself in specific objectives: to verify how touristic activity planning, development and management took place in Coffee Route and also the effects of these actions on landscapes; to analyze Coffee Route landscapes and its links with local heritage and also linked to coffee culture history, and to investigate the most significant elements in related landscapes. Considering the nature of this theme, fieldwork has been essential, combined to bibliographical research. In field, observation was made, landscapes were photographed and those responsible for associated enterprises were interviewed, besides other people involved with Route structuring. These procedures were important for approximation with study object and to produce empirical information, analyzed through geographical theory. In case of enterprises associated to Coffee Route, the re-signification of coffee memories is not only relevant for construction of North-Paraná identity, but also allows the development of tourism activity linked to cultural attractions in those cities that have in their origins links to coffee. It is understood, then, that touristic activity can provide cultural enrichment through contact between different realities, in sensations, experiences, environments and landscapes, that is, in different experiences from habitual ones.

Key Words: *Tourism. Landscape. Heritage. Coffee route.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Mapa da divisão do norte do Paraná – 1950.....	71
Figura 2 –	Concentração de área plantada de café – 1975.....	79
Figura 3 –	Concentração de área plantada de café – 1985.....	80
Figura 4 –	Concentração de área plantada de café – 1995.....	81
Figura 5 –	Logomarca da Rota do Café	97
Figura 6 –	Apresentação da "Dança do Café" com o grupo de atores e dançarinos da Fundação Cultural de Ibiporã durante o 20º Salão de Turismo, Curitiba	100
Figura 7 –	Estande da Rota do Café na Ficafé 2013, Jacarezinho.....	101
Figura 8 –	Orquestra de Viola Caipira Caipira São Domingos Sávio durante apresentação na Semana do Café 2015.....	103
Figura 9 –	Espaço Vivências, onde o visitante pode participar da abanação do café, durante a Semana do Café, no Museu Histórico Pe. Carlos Weiss, em Londrina	103
Figura 10 –	Municípios envolvidos na Rota do Café	106
Figura 11 –	Lavoura de café no primeiro plano, em segundo plano a lavoura de milho e, ao fundo, represa, área de vegetação e relevo levemente acidentado	132
Figura 12 –	Colônia localizada dentro da Fazenda Palmeira	133
Figura 13 –	Túnel de bambus na entrada da Fazenda Palmeira.....	134
Figura 14 –	Vista para os barracões de armazenamento de café e equipamentos e os terreiros de café	136
Figura 15 –	Antigo terreiro de café e tulha localizados na Cachaçaria Bassi	141
Figura 16 –	Engenho onde se faz a moagem da cana.....	142
Figura 17 –	Visitantes conhecendo o processo de fabricação na Cachaçaria Bassi	143
Figura 18 –	Casa dos proprietários (primeiro plano) e ao fundo escritório e loja de produtos.....	144
Figura 19 –	Entrada da sede da Fazenda Terra Nova, com vista para o barracão de maquinários.....	147
Figura 20 –	Tela para secagem do café, ao lado a estufa também utilizada para secagem. Ao fundo barracão de maquinários.....	148

Figura 21 – No primeiro plano, lavoura de soja biodinâmica. Ao fundo, área de vegetação e relevo acidentado.....	151
Figura 22 – No primeiro plano, lavoura de café. Ao fundo, área de vegetação e relevo acidentado	152
Figura 23 – Casa principal, local de recepção dos visitantes	154
Figura 24 – Trecho do rio Cafezal em meio à mata. Detalhe da mata ciliar degradada devido às fortes chuvas do mês de janeiro de 2016	157
Figura 25 – Trecho da trilha com vista para a monocultura de trigo e ao fundo, área de mata nativa.....	159
Figura 26 – Vista do “Cine da Mata” e gramado para práticas de atividades de lazer ao ar livre	160
Figura 27 – Entrada da Fazenda Monte Bello.....	161
Figura 28 – Completa estrutura de beneficiamento do café na Fazenda Monte Bello	162
Figura 29 – Máquinas para beneficiamento do café encontram-se conservadas na Fazenda Monte Bello	163
Figura 30 – Trilhos de transporte dos grãos de café na Fazenda Monte Bello	164
Figura 31 – Terreiro de café e ao lado a tulha para armazenamento dos grãos, onde hoje se localiza a exposição de fotos e objetos.....	169
Figura 32 – Ao fundo, barracão de armazenamento de máquinas e a casa do antigo administrador da fazenda	170
Figura 33 – Tulha de café localizada no Espaço de Educação Ambiental da Embrapa Soja	171
Figura 34 – Interior da tulha de café que conta com uma exposição sobre a cultura cafeeira.....	172
Figura 35 – Horta em forma de mandala com aplicação da tecnologia PAIS, na Fazenda Platina	173
Figura 36 – Vista do restaurante e sala de eventos da Fazenda Platina.....	175
Figura 37 – Trecho do riacho localizado nas proximidades da sede da Fazenda Platina	176
Figura 38 – Paisagem com características rurais da Fazenda Platina com elementos significativos aos visitantes como relevo acidentado e a vegetação	177

Figura 39 – No primeiro plano, represa para pesca, em segundo plano pasto para o gado e ao fundo, a Serra das Pedras, na Pousada Ruvina	179
Figura 40 – Espaço onde é oferecido o café e outras refeições na Pousada Ruvina.....	179
Figura 41 – As paisagens com relevo acidentado, vegetação e a represa Chavantes (ao fundo) são o forte atrativo da Pousada Ruvina	180
Figura 42 – Cachoeira Ruvina, local para prática de cachoeirismo.....	182
Figura 43 – Geleias de frutas orgânicas e frutas desidratadas da Artesanu	183
Figura 44 – Estande na “Feira de Artesanato Brasil Original 2016” em São Paulo.....	184
Figura 45 – Plantação de morangos orgânicos da Casa Muller.....	187
Figura 46 – Espaço da vinícola na Casa Muller.....	188
Figura 47 – Vista da área de cultivo e do nascer do sol na propriedade Casa Muller	189
Figura 48 – O proprietário acompanhando um grupo de crianças pela trilha na mata	190
Figura 49 – Produtos comercializados na boleria Dom Leonardi	195
Figura 50 – Entrada da Boleria Dom Leonardi.....	196
Figura 51 – Adubo orgânico preparado com cascas de ovo e pó de café usado	197
Figura 52 – Variedade de métodos de extração de café que são servidos aos clientes do Armazém Café	200
Figura 53 – Nova localização do Armazém Café.....	201
Figura 54 – Oficina de degustação de cafés na Pousada Marabu	203
Figura 55 – Fachada da panificadora e cafeteria Café com Pão.....	206
Figura 56 – Espaço interno da panificadora, em se encontra o torrador, os moedores com grãos de café de diferentes regiões do país.....	206
Figura 57 – Restaurante Victor em Ribeirão Claro.....	210
Figura 58 – Pousada Victor em Ribeirão Claro	211
Figura 59 – Opções de pratos do cardápio do Restaurante Victor	212
Figura 60 – Horta orgânica na Chácara Victor, em Ribeirão Claro.....	215
Figura 61 – Prédio do atual Museu do Café de Ibiporã, antigo prédio da Estação Ferroviária. Ao lado, logomarca do museu.....	217

Figura 62 – Paisagens do Museu do Café de Ibiporã.....	218
Figura 63 – Escultura “Cristo Libertador” de Henrique de Aragão, no Museu do Café de Ibiporã.....	221
Figura 64 – Produtos da Rota do Café comercializados no Centro do Artesanato de Ibiporã.....	223
Figura 65 – Espaços que compõem o circuito cultural de Ibiporã.	224
Figura 66 – Exposição de diferentes qualidades de grãos de café no Museu SRP.....	226
Figura 67 – Exposição de utensílios de trabalho no meio rural da região de Londrina no Museu SRP	226
Figura 68 – Locomotiva e vagões em exposição no Museu Histórico de Londrina. No canto direito, pés de café no jardim do museu.....	230
Figura 69 – Prédio do Museu Histórico de Londrina, antiga estação ferroviária. Destaque para a pequena plantação de café, no primeiro plano.....	231
Figura 70 – Exposição permanente sobre o café no Museu Histórico de Londrina	233
Figura 71 – Oficina de degustação de cafés especiais no Museu Histórico de Londrina	234
Figura 72 – Grupo de alunos em atividade no cafezal do Museu Histórico de Londrina	235
Figura 73 – Mudas do Programa Café no lapar	237
Figura 74 – Na primeira figura, antigo prédio onde funcionou a cadeia de Londrina na década de 1930. Na segunda figura, o prédio após a restauração e reformas, na inauguração do Sesc Cadeião em 2014.....	239
Figura 75 – Encontro do Clube do Café	241
Figura 76 – Sala de negociações da Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina	242
Figura 77 – Vista do Edifício América	243
Figura 78 – Mesa de prova de cafés localizada na Rural	244

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 PAISAGEM E TURISMO DE BASE LOCAL	16
1.1 DISCUSSÕES ACERCA DA PAISAGEM.....	16
1.2 TURISMO DE BASE LOCAL.....	29
2 A VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA E DO PATRIMÔNIO COMO ATRATIVO TURÍSTICO	41
2.1 MEMÓRIA E PATRIMÔNIO.....	41
2.2 A INSTITUCIONALIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO E A EDUCAÇÃO PATRIMONIAL	49
3 PAISAGENS DO CAFÉ: UM ESTUDO SOBRE A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ	59
3.1 A CULTURA CAFEIEIRA NO BRASIL	59
3.2 A CULTURA CAFEIEIRA NO PARANÁ	65
3.3 A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ	84
3.4 A ASSOCIAÇÃO ROTA DO CAFÉ	105
4 PAISAGEM E PATRIMÔNIO NA ROTA DO CAFÉ	125
4.1 ASSOCIADOS NA ÁREA RURAL	125
4.1.1 Fazenda Palmeira.....	131
4.1.2 Cachaçaria Bassi.....	140
4.1.3 Fazenda Terra Nova.....	146
4.1.4 Pousada Rural Marabu.....	153
4.1.5 Fazenda Monte Bello.....	160
4.1.6 Embrapa Soja.....	167
4.2 EX-ASSOCIADOS NA ÁREA RURAL	172
4.2.1 Fazenda Platina.....	173
4.2.2 Fazenda Ruvina.....	178
4.2.3 Artesanu Produtos Orgânicos.....	183
4.2.4 Casa Muller.....	186

5	ASSOCIADOS DA ROTA DO CAFÉ NA ÁREA URBANA.....	191
5.1	BOLERIA DOM LEONARDI.....	194
5.2	ARMAZÉM CAFÉ	199
5.3	CAFETERIA CAFÉ DUAL	202
5.4	PANIFICADORA E CONFEITARIA CAFÉ COM PÃO	204
5.5	POUSADA E RESTAURANTE VICTOR.....	210
5.6	PARCEIROS	216
5.6.1	Museu do Café, Centro do Artesanato e Circuito Cultural de Ibiporã	216
5.6.2	Museu Sociedade Rural do Paraná (SRP)	224
5.6.3	Museu Histórico de Londrina Padre Carlos Weiss.....	227
5.6.4	Instituto Agrônômico do Paraná (IAPAR).....	236
5.6.5	Café Escola SENAC/Sesc Cadeião.....	238
5.6.6	Rural Corretora de Café e Cereais e Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina.....	241
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	246
	BIBLIOGRAFIA.....	253
	APÊNDICES.....	282

INTRODUÇÃO

Na Geografia Humana a paisagem é analisada, em determinadas abordagens, numa perspectiva subjetiva, levando em conta a construção mental que os sujeitos fazem a partir da percepção e vivência. Os processos socioeconômicos e culturais também são importantes de serem observados.

A complexidade da paisagem é ao mesmo tempo morfológica, estrutural e funcional e não se deve tentar analisá-la separadamente, pensando no paradoxo natural x cultural, subjetiva x objetiva, material x imaterial, mas sim no todo em que se constitui. Pode-se assim pensar na paisagem como representação da identidade do lugar, pois as paisagens devem ser vistas em relação ao sujeito ou aos valores que este atribui à paisagem, o que representa para ele.

A paisagem assume importância relevante no estudo do turismo por se tratar do principal recurso para sua existência. Além de seus componentes materiais, a paisagem é impregnada de valores simbólicos e estéticos, já que sua apreciação varia entre os indivíduos. A materialidade pode ser a mesma, mas a representação que se faz dela muda constantemente. A paisagem, composta pela associação de elementos naturais e culturais, é formada por muitos significados atribuídos com base no imaginário social.

Como afirma Luchiarri (2001), o acelerado processo de urbanização e industrialização e o cotidiano agitado das grandes cidades deteriora as paisagens e isto invade o pensamento de parcela da sociedade contemporânea. A autora não deixa de observar que existem paisagens cênicas e agradáveis, mesmo em meio à vida moderna em um mundo capitalista.

O crescimento da busca por paisagens menos urbanizadas ou com maior contato com os elementos da natureza mostra que, para grupos de pessoas, há necessidade (real ou não) do retorno a uma vida bucólica, do reencontro de valores eliminados da vida cotidiana, da recuperação da paz interior e da vivência com pessoas cujos modos de vida são tidos como simples, como no meio rural (RODRIGUES, 2001).

Além das paisagens, o patrimônio também possui potencial turístico e é abordado nesta pesquisa. O patrimônio é construído socialmente e tem a participação tanto do saber erudito como do saber de grupos populares; cada localidade possui suas singularidades como marcas da diferenciação (DIAS, 2006). É principalmente a singularidade patrimonial que torna as paisagens culturais e naturais atrativos para o turismo.

É importante considerar que as manifestações culturais têm sentido quando estão referenciadas a contextos sociais, históricos e culturais, fazendo parte da identidade de uma dada sociedade. As expressões e as manifestações culturais são dinâmicas (assim como a paisagem) e são constantemente ressignificadas, não sendo possível permanecer sempre em sua forma “original”.

O Brasil possui uma considerável diversidade de povos, culturas e paisagens, principalmente por sua extensão territorial, diferentes grupos de imigrantes (como europeus, asiáticos, africanos), além dos grupos indígenas que aqui já habitavam. O desafio dos setores público e privado voltados ao fomento do turismo é transformar os elementos com potencialidade turística em recursos propriamente dito.

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 a partir de seus aspectos comuns em relação à atratividade.

A partir de um levantamento feito pelo Sebrae em 2007, em parceria com diversas entidades de Londrina e região, constatou-se que o café estava presente em grande parte da memória e também do cotidiano norte-paranaense. A presença forte do café na memória coletiva norte paranaense e a atual produção de cafés especiais despertou o interesse para o turismo na região e viabilizou a criação da Rota do Café. A partir disso, organizou-se um grupo de trabalho no Sebrae com objetivo de criar uma rota temática atuando no diagnóstico, planejamento e ações voltadas à estruturação desta rota turística. Em 2009 a Rota do Café é lançada e agências de turismo passam a organizar pacotes de viagem, adaptando o roteiro com o objetivo específico de cada grupo de visitantes. Desde o início do projeto, em 2007, até hoje, muitas propriedades se descredenciaram, outras entraram no projeto, até que, em 2015, a Rota do Café deixou de ser um projeto gerido pelo Sebrae e os

empreendedores mais engajados formaram uma associação e passaram a conduzir os trabalhos.

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.

A presente pesquisa teve como objetivo principal, analisar a importância da paisagem e do patrimônio como atrativo turístico na Rota do Café - norte do Paraná, desmembrando-se nos seguintes objetivos específicos: averiguar de que forma ocorreu o planejamento, o desenvolvimento e a gestão da atividade turística na Rota do Café e os efeitos destas ações nas paisagens; analisar as paisagens da Rota do Café e seus vínculos com o patrimônio local ligado à história da cultura cafeeira e investigar quais elementos são mais significativos nas paisagens.

A questão de análise que norteou o desenvolvimento do presente trabalho foi: “Em que medida os elementos remanescentes da cafeicultura na paisagem e na memória (patrimônio material e imaterial) marcam ou poderiam marcar o turismo de base local no Norte do Paraná?”.

A presente pesquisa é de caráter qualitativo. Segundo Gutberlet e Pontuschka (2010), há um horizonte de possibilidades que esta proporciona. Parte do concreto, sendo muito relevantes as particularidades que cada caso possui e reconhece o contexto e suas diferenças. Cada empreendimento associada à Rota do Café (seja ele localizado na área urbana ou na área rural) possui suas especificidades que os tornam únicos. Um método de pesquisa quantitativo não daria conta da riqueza de detalhes que cada local possui. Mesmo que muitos pesquisadores critiquem a subjetividade embutida neste tipo de pesquisa, é justamente pela imersão do pesquisador e pela proximidade com o campo de estudo, que a pesquisa qualitativa promove um olhar diferenciado.

Normalmente, os dados da pesquisa quantitativa não conseguem alcançar essa riqueza. Além disso, o contato direto e interativo do pesquisador com a situação

objeto de estudo permite compreender a perspectiva dos participantes da situação estudada acerca do fenômeno. Conhecendo as necessidades do objeto de estudo é possível contribuir, de maneira mais efetiva, com ações mais concretas, de forma que o conhecimento produzido seja útil e sob os preceitos da ética (GUTBERLET; PONTUSCHKA, 2010).

O início da construção da pesquisa deu-se por meio de pesquisa bibliográfica (livros, teses, dissertações e artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos) e documental (reportagens de jornais, documentos oficiais, relatórios de pesquisa e imagens) para construção do referencial teórico sobre paisagem e turismo e caracterização do objeto de estudo, buscando aprofundar os conhecimentos sobre a Rota do Café. Este procedimento de pesquisa bibliográfica e documental foi realizado para 100% dos empreendimentos que atualmente compõe a Associação Rota do Café e também para os que saíram da Rota do Café entre 2015 e 2017.

Um dos procedimentos adotados nesta pesquisa foi o trabalho de campo, instrumento fundamental para este tipo de pesquisa, já que permite a aproximação do objeto de estudo e para a produção de informação empírica. Estas visitas à campo foram realizadas em 100% dos empreendimentos localizados na área rural e que atualmente fazem parte da Associação Rota do Café, ou seja, Fazenda Palmeira, Cachaçaria Bassi, Fazenda Terra Nova, Pousada Rural Marabu e Fazenda Monte Bello (totalizando 6 empreendimentos) e também em 100% dos empreendimentos localizados na área urbana, ou seja, Boleria Dom Leonardi, Armazém Café, Panificadora e Confeitaria Café com Pão e Pousada e Restaurante Victor (totalizando 5 empreendimentos). Os ex-associados que constam neste trabalho são os que saíram da associação no decorrer da realização da presente pesquisa, ou seja, entre 2015 e 2017, então não foram realizados trabalhos de campo nestes estabelecimentos. Em relação aos parceiros (sete instituições), foram realizados trabalhos de campo em apenas dois museus, Museu Histórico Pe. Carlos Weiss e Museu Sociedade Rural do Paraná (SRP).

O trabalho de campo é um instrumento fundamental para a construção do conhecimento geográfico e uma das melhores formas de se conhecer a realidade (SILVA, 2002). Minayo (2007, p. 61) também salienta a importância de se utilizar o trabalho de campo como parte do processo de investigação, já que permite a

aproximação do pesquisador com a realidade. Esta pesquisa possui um caráter prático e buscou-se colaborar com os empreendedores no sentido de sugerir formas de aproveitamento das potencialidades para incremento da atividade turística já desenvolvida nos empreendimentos. Estas sugestões foram realizadas durante as visitas e entrevistas com os empreendedores.

O recorte espacial desta pesquisa é o norte do Paraná (mais especificamente as propriedades que compõem a Rota do Café, recorte temático). Como escreve Minayo (2007), delimitar este recorte refere-se à abrangência empírica do recorte teórico. Existem muitas técnicas a serem aplicadas no trabalho de campo, mas duas que são efetivamente importantes e que se aplicam a esta pesquisa são a observação e a entrevista.

A observação é uma parte bastante relevante no trabalho de campo para compreensão da realidade e é um momento em que o pesquisador pode relacionar a realidade com a teoria estudada.

Utilizou-se a entrevista como uma das técnicas de obtenção de informações e interação com os empreendedores associados e principais envolvidos na Rota do Café. Em primeiro lugar, houve a elaboração do roteiro de entrevistas e, em segundo lugar, o pré-teste, ou seja, o momento de testar a eficácia do instrumento de coleta e fazer os ajustes necessários. O roteiro de entrevista (apêndices 1 e 2) caracteriza-se como contextual, pois, além de perguntas, conta também com tópicos orientadores da pesquisa, envolvendo análise qualitativa. A entrevista foi realizada em 50% dos empreendimentos que constam neste trabalho.

Fez-se uso da entrevista oral, individual, semi-diretiva (semi-estruturada), ou seja, a formulação da maioria das questões foi feita com antecedência, sendo que o entrevistador tem uma participação mais ativa, seguindo um roteiro de questões, mas este roteiro também pode conter perguntas adicionais para elucidar questões ou aprofundar o contexto (COLOGNESE; MELO, 1998).

Para a análise das paisagens, foram utilizadas fotografias, que foram avaliadas com base nos métodos de Pires (1999, 2005) e Lampton (2006), já que, embora a paisagem seja carregada de atributos subjetivos, possui também qualidades intrínsecas a elas que podem ser possíveis de mensurar. Do total de

empreendimentos, foram analisadas as paisagens de 100% dos empreendimentos localizados na área rural e que ainda permanecem na Associação (ou seja, seis empreendimentos). No capítulo 4 há mais detalhes sobre os métodos adotados por estes autores e o método utilizado nesta pesquisa.

Este trabalho desenvolveu-se em cinco capítulos: no capítulo um, discutiu-se o conceito de paisagem e seus significados a partir da importância dela como atrativo para o turismo de base local. Após o início da pesquisa de campo, deparamos com a necessidade de compreender o conceito de patrimônio e de memória, o que resultou no capítulo dois, para que no capítulo três tivéssemos um aprofundamento na história da cultura cafeeira no Brasil e no Paraná e de que forma surge a Rota do Café, neste contexto. Já nos capítulos quatro e cinco, tecendo as relações entre paisagem, patrimônio, memória e turismo, partiu-se então para a análise das paisagens nos empreendimentos da área rural e a análise também dos empreendimentos da área urbana, pois ambos contribuem para a valorização da memória do café em Londrina e região.

Pretende-se, com esta pesquisa, contribuir com as reflexões sobre a apropriação da paisagem e do patrimônio para o desenvolvimento da atividade turística. Atividade esta que deve ser planejada e organizada de forma a beneficiar a localidade, minimizando os impactos negativos causados ao meio. No recorte espacial do empírico, no norte do Paraná, pode ser uma forma de aproveitar a atratividade vinculada às paisagens e ao patrimônio.

1 PAISAGEM E TURISMO DE BASE LOCAL

O uso da palavra paisagem nos remete a diferentes usos e interpretações, tanto na ciência geográfica quanto em outras áreas do conhecimento, como as artes plásticas, a fotografia, a literatura, a música, a arquitetura, a biologia, e também o seu uso no senso comum, encontrado em conversas cotidianas, jornais, revistas, sem ter obrigatoriamente um aprofundamento científico. Quem nunca leu em uma propaganda imobiliária: “Vende-se chácara com belas paisagens e um pôr do sol deslumbrante”, ou comentou durante uma viagem: “Que linda essa paisagem!”. Como salienta Domingues (2001, p. 60), “Fora do campo disciplinar da Geografia, o uso comum da palavra paisagem tem conotações recorrentes, ora referindo-se a um sentido mais ‘naturalista’ com uma paleta variável de elementos de referência, ora mais ‘culturalista’, trabalhado no estilo literário [...]”.

De acordo com Passos (2013, p. 65), “[...] a demanda social por paisagem, ou mais particularmente por ‘paisagens cênicas’ é muito forte”. Sabemos que a paisagem é um recurso muito utilizado pelo setor imobiliário e também pelo setor de turismo, por exemplo, sendo que no desenvolvimento da atividade turística as paisagens são sua principal matéria-prima. Em ambos, a imagem da paisagem tem um valor comercial elevado devido à busca das pessoas por lugares belos. Tanto na propaganda de vendas de lotes em um condomínio residencial na praia, quanto na propaganda da agência de viagens ofertando promoções de pacotes turísticos, as imagens das paisagens são oferecidas aos “compradores”.

Para compreendermos a importância da paisagem para o turismo é relevante antes nos debruçarmos sobre o entendimento da paisagem e do patrimônio cultural e sua relação com o turismo.

1.1 DISCUSSÕES ACERCA DA PAISAGEM

Os pressupostos teóricos ao longo de sua história passaram por sucessivas transformações e encontra-se uma diversidade conceitual quando se trata da

categoria paisagem dentro da ciência geográfica, sendo que esta adquire na Geografia um caráter polissêmico.

Paisagem é um termo antigo, aparecendo identificado seu uso desde o século XIII, por meio das pinturas de artistas que retratavam aspectos da natureza, cenas do cotidiano e retratos em suas obras, na ornamentação de jardins, também na literatura e na música, por meio da descrição dos elementos de beleza cênica, evidenciando seu caráter estético, assim como por meio de relatos de viajantes, associando os elementos das paisagens às características de um dado território em sua tarefa de conhecer e estudar novos locais (ALVES, 2001).

Dessa forma, segundo Kiyotani (2014), diferente da ciência, o uso da palavra paisagem no senso comum não se prende em avaliar, quantificar ou verificar os graus qualitativos, mas sim se observam as questões harmônicas e estéticas.

Conforme salientam Barbosa e Gonçalves (2014), a paisagem aparece vinculada a alguns diferentes significados no decorrer da história: ao conjunto da fisionomia de uma dada área, por suas características biofísicas e humanas; como extensão de um local visível; e também como a percepção e representação que se faz de uma dada área, significando um cenário ou uma cena. Assim, a formação do conceito de paisagem pode ser atribuída a um sentido objetivo (por aspectos concretos relacionados às formas dos elementos físicos e biológicos) e/ou também a um sentido subjetivo (relacionados principalmente à representação que o sujeito faz do ambiente por meio da percepção).

Os estudos da paisagem, que antes eram bastante focados na descrição das formas físicas da superfície terrestre, aos poucos foram incorporando as ações humanas como pontos-chave para a mudança das paisagens, sendo considerados a partir de então como fatores principais de transformação. Ainda assim, a paisagem limitava-se essencialmente ao visual, mas que, progressivamente, houve a necessidade de buscar outros elementos para sua explicação (SALGUEIRO, 2001).

A transformação da paisagem deixa de ser estudada apenas como um processo evolutivo (pensando em tempo cronológico) e passa a ser entendida como resultado da interação entre homem-meio, considerando-se o homem como construtor e transformador das paisagens. Segundo Kiyotani (2014, p. 35), “[...] como a paisagem

já não é algo que se possa debulhar meramente em elementos físicos, a percepção também começa a aguçar os sentidos e sentimentos do observador, afinal não há como avaliar ou descrever uma paisagem sem *vê-la por dentro*” (grifo do autor).

A discussão sobre a paisagem, incorporada por grande parte dos geógrafos, por muitos anos, limitou-se a ser a porção do espaço geográfico possível de se alcançar com o olhar. Nas últimas décadas, a literatura geográfica tem sido contemplada com estudos que ampliam sua dimensão, aprofundando as características das análises. Há ainda um grupo de estudiosos que identifica a paisagem como uma porção da superfície terrestre, analisando-a numa perspectiva ecológica, prolongando a tradição naturalista do século XIX, principalmente vinculados aos estudos da Geografia Física. Assim como há um grupo de pesquisadores na Geografia Humana que analisa a paisagem numa perspectiva subjetiva, levando em conta a construção mental que os sujeitos fazem a partir da percepção e vivência. Na evolução da compreensão sobre a paisagem, outros pesquisadores passaram a atribuir à paisagem as preocupações com os processos socioeconômicos e culturais.

Observa-se que o conceito de paisagem na Geografia desenvolveu-se pautado, primeiramente, na concepção naturalista, com uma dimensão objetiva [...]. Posteriormente, em função da própria transformação acentuada da paisagem natural, originou-se o conceito de paisagem cultural (GIARETTA; ANTONELLO, 2004, p. 121).

Salgueiro (2001) salienta que a paisagem não é apenas a materialidade resultante da ação humana transformando a natureza. É também os simbolismos impregnados de valores. Além de sua gênese, estrutura e organização, é necessária a compreensão de seus significados, pois são estes que dão sentido às paisagens. Toda ação humana está repleta de significados, refletindo assim nas paisagens.

Corroborando com esta ideia Berque (1998) ao salientar que o estudo da paisagem não se baseia exclusivamente em explicar o que produziu a paisagem como objeto e nem descrever apenas os elementos que se observam. Para uma compreensão mais profunda, entende-se que a paisagem é vista por um olhar (esse sentido humano que nos é despertado a enxergar o que há à nossa volta), apreendida por uma consciência (que pode ser influenciada pelo meio cultural em que vivemos, nossas experiências e

entendimento do mundo), julgada por uma estética e uma moral (que são ditados muitas vezes pela sociedade da época e que pode se modificar a partir das mudanças socioeconômicas e culturais do momento).

Cabe neste momento uma reflexão feita por Salgueiro (2001) quanto à valorização estética das paisagens. Segundo a autora, na percepção do ambiente e na seleção do que se vê será que não há sempre, mais ou menos consciente, critérios estéticos que contribuem para o desenvolvimento de sentimentos nos sujeitos que a observam? Pois, “É a consideração estética que permite falar de degradação das paisagens e da necessidade da sua recuperação ou qualificação.” (SALGUEIRO, 2001, p. 51)

Ao se tratar de valorização da paisagem há uma certa ambiguidade, pois, como questiona Brancucci (2013, p. 53), “Quais valores se propõem a definir ou medir? É possível colher nas paisagens algumas qualidades perceptíveis?”. Corroborando com esta discussão, Alves (2001, p. 69) salienta que,

O discurso sobre paisagem esteve até há bem pouco tempo imbuído de valores iminentemente associados a concepções estéticas: para ser paisagem, um território deveria ter uma apreciação estética favorável. [...]. Conquistar os territórios para a paisagem através de um processo de *artialização*, ou seja de transformar o espaço visível através de uma apreciação estética positiva.

Ou seja, não são apenas as características intrínsecas às paisagens que são levadas em conta para que elas sejam entendidas como tal, mas principalmente do olhar do observador que a elas se dirige e o valor que este dá à paisagem. Faz-se pertinente a ideia de Milton Santos quando ratifica a importância da percepção para apreensão da paisagem:

A dimensão da paisagem é a dimensão da percepção, o que chega aos sentidos. Por isso o aparelho cognitivo tem importância crucial nessa apreensão, pelo fato de que toda nossa educação, formal ou informal, é feita de forma seletiva, pessoas diferentes apresentam diferentes versões do mesmo fato. [...] Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. [...] (SANTOS, 1997a, p. 62).

A percepção que se tem das paisagens é sempre um processo de seleção do que se apreende pelos sentidos. O contexto de cada sociedade, de cada pessoa, fará com que a forma que ela apreende a paisagem seja diferente da outra, ou seja, a forma como um cientista observa uma dada paisagem é diferente da visão que um homem comum tem e isso será diferenciado para cada pessoa, já que depende da cultura e das vivências de cada um.

Bertrand e Bertrand (2009, p. 221), apesar de suas contribuições penderem para a Geografia Física, comentam algo relevante sobre o estudo da paisagem pela ciência geográfica:

A mais simples e a mais banal das paisagens é ao mesmo tempo social e natural, subjetiva e objetiva, espacial e temporal, produção material e cultural, real e simbólica, etc. A enumeração e a análise separada dos elementos constitutivos e das diferentes características espaciais, psicológicas, econômicas, ecológicas, etc., não permitem dominar o conjunto. A complexidade da paisagem é ao mesmo tempo morfológica (forma), constitucional (estrutura) e funcional, e não devemos tentar reduzi-la dividindo-a.

A paisagem só pode ser apreendida e qualificada a partir do momento em que há um mecanismo social de identificação e de utilização. Além disso, passa por constantes processos de transformação. Porém, nada na paisagem muda ao mesmo tempo e na mesma velocidade. É preciso compreender o contexto da paisagem e que nela se pode encontrar elementos antigos junto a elementos novos, em uma eterna dialética.

Desta forma, Cosgrove (2003) propõe a integração entre o materialismo dialético e a apreensão do simbolismo das paisagens, compreendendo a paisagem geográfica nos seus aspectos objetivos e subjetivos, já que, para ele, a paisagem é resultado da forma como a sociedade a organiza a partir do modo de produção, dotando-a de significado. A paisagem teria então um componente objetivo, por ser apropriada e transformada pela ação humana, e um componente subjetivo, devido aos significados contidos na paisagem para aqueles que “[...] a fizeram, a alteraram, a mantiveram, a visitaram [...]” (COSGROVE, 1998, p. 109). Só é possível compreender as expressões culturais em uma paisagem se conhecermos os símbolos e seus significados nessa cultura. O lugar de nascimento de uma grande figura

nacional, por exemplo, pode ser uma casa simples, comum, mas que possui um significado simbólico para os moradores locais e para os que a apreciam. Por esse viés é que muitas localidades, no Brasil e no exterior, acabam utilizando antigas moradias para dar lugar a pequenos museus em homenagem a personagens importantes da história, atraindo visitantes de diferentes locais. O importante, nesse caso, é o significado atribuído àquela casa e não necessariamente a construção em si.

Utilizando a cultura como premissa para as paisagens humanas, Cosgrove (1998) relaciona a cultura de três maneiras: cultura e consciência, cultura e natureza e cultura e poder, sendo que todas essas possuem significados distintos, já que são criadas e transformadas por grupos sociais distintos.

Ao tratar sobre cultura e consciência, o autor destaca que a cultura não é algo que funciona através do homem, mas sim, são inerentes à sua existência e precisam ser constantemente reproduzidas em suas ações, inclusive as não reflexivas, rotineiras, inconscientemente. As manifestações culturais só podem sobreviver se as pessoas as praticarem cotidianamente. Como está relacionado ao dia a dia das sociedades e este é mutável, a cultura não é estática. Suas transformações decorrem das suas práticas, que podem mudar em velocidades diferentes, rápidas ou de forma lenta. Ao estudar, na Geografia, as paisagens culturais, a cultura é trazida ao nível da reflexão consciente ao examinarmos as expressões culturais. “Assim a cultura é, ao mesmo tempo, determinada por e determinante da consciência e das práticas humanas” (COSGROVE, 1998, p. 102).

Apesar de nem sempre facilmente visível, às vezes pouco óbvias, qualquer intervenção humana na natureza envolve sua transformação em cultura. Para mostrar a relação entre cultura e natureza, Cosgrove usa um exemplo interessante, cuja compreensão é bastante sutil: o tomate, um objeto natural, quando tirado do pé, é cortado e apresentado em forma de alimento humano (seja para o uso *in natura*, ou para fabricação de molhos e sucos, por exemplo). O objeto natural torna-se um objeto cultural, pois lhe foi atribuído um significado, uma função. Esse significado cultural não faz com que as propriedades naturais do tomate sejam perdidas (cor, peso, sabor e nutrientes continuam os mesmos). Para elucidar com outro exemplo, lembramos um símbolo da religiosidade na Índia, a vaca. Para os países ocidentais, a vaca é um

objeto natural, cujo significado atribuído por grande parte das pessoas é de alimento (tanto a carne quanto o leite). Mas, para grande parte dos indianos que seguem a religião hinduísta, à vaca é atribuído o significado sagrado e o leite, sua urina e até mesmo suas fezes são utilizados em rituais de purificação. Verifica-se assim que um objeto natural pode ter também atribuições culturais diferentes.

Ao mencionar também a relação entre cultura e poder, Cosgrove (1998) evidencia que o estudo da cultura (e conseqüentemente das paisagens) está intimamente ligado ao estudo do poder. Um grupo dominante, em determinada sociedade, sempre irá procurar impor sua experiência e visão de mundo, suas suposições sempre como verdadeiras e válidas para todas as pessoas, tornando-se muitas vezes o próprio senso comum. “O poder é expresso e mantido na reprodução da cultura” (1998, p. 105). Muito do simbolismo da paisagem reproduz as normas culturais estabelecendo os valores de grupos dominantes por uma sociedade. Este panorama fica claro quando nos deparamos com a realidade de muitos municípios em que a escolha dos bens culturais a serem oficializados como patrimônio passam apenas pela análise de especialistas e do poder público, ou seja, muitas vezes não houve uma participação democrática na indicação de memórias de diferentes grupos sociais.

Cosgrove (2002) e Berque (1998) enfatizam que, ao se tratar da paisagem, não está se referindo somente à visão, mas a todos os sentidos humanos. Relacionar a paisagem com o sentido da visão não é negar a importância dos outros sentidos humanos, tampouco a importância da cognição no momento de dar forma aos locais. O olfato e o ouvido podem ser muito mais potentes e imediatos em uma pessoa que a vista ao criar as respostas emocionais perante uma paisagem.

Apesar da valorização da visão, há uma busca por relações entre paisagem, geografia e outros sentidos: “Las geografías de lo que se puede ver están por norma general más reguladas que las de lo que se puede escuchar, oler, sentir o saborear” (COSGROVE, 2002, p. 70). Privilegiar apenas a visão como principal meio de conhecimento do mundo desvaloriza as outras formas de experiência e cognição. Além disso, não somente à percepção, mas sim a todas as formas de relação entre o indivíduo e o mundo, lembrando-nos de situar esse indivíduo em uma sociedade, que possui sua cultura, mas o que cada indivíduo percebe destas relações sempre difere

uns dos outros. Por isso o desenvolvimento de outros sentidos faz-se tão importante e, por que não, buscar aprimorá-los por meio das experiências nas atividades turísticas como ocorre em algumas propriedades da Rota do Café do norte do Paraná, por exemplo, que permite ao turista aguçar outros sentidos, como o olfato, ao sentir o aroma dos cafés especiais?

Importante ressaltar que o ser humano consegue, muitas vezes, captar muito mais do que está imediatamente visível aos seus olhos, até chegar ao significado “invisível”, não-material. Cosgrove (2002, p. 71) ainda salienta que, “La imaginación [...] encuentra expresión en el mundo de cada uno de los sentidos: en la música que se oye, en la comida que se degusta, en los movimientos corporales, perfumes olidos y en las representaciones gráficas que atraen el ojo”.

Cosgrove, baseando-se nas ideias de Berger (1972), dizendo que a ação de ver, apesar de parecer apenas fisiológica, é tão significativa quanto também é uma habilidade apreendida, afirma que os modos de ver são diferentes, devido às formas de perceber o local, como por exemplo: superfície e profundidade, proximidade e distância, já que o ato de ver é uma atividade que sofre influências culturais.

El uso del sentido de la vista está conformado tanto por imágenes vistas en el pasado, por experiencias individuales, recuerdos e intenciones como por las formas físicas y los espacios materiales ante nuestros ojos. Si bien es obvio que gran parte de la visión aprendida es personal, otra gran parte también es social, gobernada por convenciones sobre lo que se debe ver, quién lo debe ver, cuándo y en qué contexto, sobre las asociaciones y significados atribuidos a una escena dada y sobre sus propiedades formales y compositivas. (COSGROVE, 2002, p. 69)

Muito além dos atrativos visuais, encontram-se também atrativos que despertam outros sentidos humanos, como as cores das plantações na área rural, o aroma do café sendo preparado na hora, os sons que são percebidos nestes lugares, dentre outros que serão detalhados em momento oportuno.

A maneira pela qual se observam as paisagens está carregada de intencionalidades advindas de experiências que cada ser humano tem durante toda a vida, assim como por influência do meio social em que vive. Quando se analisa as paisagens da Rota do Café do norte do Paraná, depara-se com a resignificação de

momentos importantes para a vida da população que conviveu com a cultura do café e que até hoje possui forte ligação.

Conforme Santos (1997a, p. 66), “a paisagem não se cria de uma só vez, mas por acréscimos, substituições [...]. Uma paisagem é uma escrita sobre a outra, [...] é uma herança de muitos diferentes momentos [...]” A cada diferente momento da história da sociedade vão sendo criados novos objetos, com diferentes técnicas, que fazem com que muitos sejam substituídos, outros sejam mantidos, contribuindo assim para a transformação corrente das paisagens. Esses movimentos não ocorrem apenas pela necessidade de atualização das técnicas, mas também pelas condições econômicas, políticas, culturais etc., que dada sociedade vive em cada momento. Pode-se dizer que a paisagem é “[...] uma espécie de palimpsesto onde, mediante acumulações e substituições, a ação das diferentes gerações se superpõe” (SANTOS, 1996, p. 84). Não se pode deixar de mencionar que, a partir da análise de Santos,

A paisagem não é dada para todo o sempre, é objeto de mudança. É um resultado de adições e subtrações sucessivas. É uma espécie de marca da história do trabalho, das técnicas. [...]. Suscetível a mudanças irregulares ao longo do tempo, a paisagem é um conjunto de formas heterogêneas, de idades diferentes, pedaços de tempos históricos representativos das diversas maneiras de produzir as coisas, de construir o espaço. (SANTOS, 1997a, p. 68)

Quando se parte para a análise de algumas paisagens da Rota do Café, podem-se observar certas marcas da história ao longo do tempo vinculadas às práticas agrícolas do café e também às manifestações culturais das famílias envolvidas direta ou indiretamente com a produção, que serão apresentadas no capítulo 4. Ao conhecer estas paisagens, “[...] desvendar essa dinâmica social é fundamental, as paisagens nos restituem todo um cabedal histórico de técnicas, cuja era revela; mas ela não mostra todos os dados, que nem sempre são visíveis” (SANTOS, 1997a, p. 69). Percebemos assim que “[...] a paisagem é transtemporal, juntando objetos passados e presentes, uma construção transversal.” (SANTOS, 1996, p. 83).

Assim, as mudanças observadas nas paisagens podem ser estruturais ou funcionais. Santos (1997a) cita um exemplo interessante, como o caso de postos de saúde, escolas, fábricas menores que se instalam em antigos casarões deixados por

outras atividades, readequando-se, dentro das formas velhas, às novas funções que passarão a exercer. No Brasil, muitas fazendas de café e de outros produtos agrícolas deixaram de ser produtivas com o passar dos anos, porém assumiram novas funções, reinventaram-se, e hoje abrem suas portas para receber visitantes, para que eles conheçam um pouco da sua história. Mais uma vez, velhas formas, também chamadas pelo autor de rugosidades, dividindo espaço com novos objetos, alterando suas antigas funções e adaptando-se às necessidades da atualidade. Como salienta Santos (1997b, p. 54) “[...] a construção da paisagem converte-se em um legado aos tempos futuros”.

O estudo da paisagem pode ser assimilado a uma escavação arqueológica. Em qualquer ponto do tempo, a paisagem consiste em camadas de formas provenientes de seus tempos pregressos, embora estes apareçam integrados ao sistema social presente, pelas funções e valores que podem ter sofrido mudanças drásticas. Desse modo, as formas devem ser “lidas” horizontalmente, como um sistema que representa ser às atuais estruturas e funções. Além disso, cumpre efetuar uma leitura vertical para datar cada forma pela sua origem e delinear na paisagem as diversas acumulações ao longo da história (SANTOS, 1997b, p. 55).

Segundo Santos (1997a) existem dois tipos de paisagens: a paisagem artificial considera-se a que foi transformada pelo homem por meio das técnicas e, grosso modo, a paisagem natural é aquela em que ainda não houve intervenção humana. Mas sabemos que, com a evolução do meio técnico-científico, hoje são raras as áreas não atingidas pela ação da sociedade. Santos, tendo como referência Carl Sauer, expõe que “[...] à medida que o homem se defronta com a natureza, há entre os dois uma relação cultural, que é também política, técnica etc.” (1997a, p. 64), ou seja, a diferença entre os dois tipos de paisagens, a natural e a artificial, torna-se cada vez menor. “Quanto mais complexa a vida social, tanto mais nos distanciamos de um mundo natural e nos endereçamos a um mundo artificial” (SANTOS, 1997a, p. 65).

Luchiari (2001) concorda com Santos, ao mencionar que cada vez mais a paisagem natural – aquela não modificada pela ação antrópica – vem perdendo sua representação, pois a crescente capacidade técnica da sociedade tem motivado o uso intensivo dos espaços que, contendo as marcas deixadas pela humanidade, transforma-se em paisagem cultural. A paisagem cultural é um híbrido de natureza e cultura.

Desta forma, deve-se considerar que “[...] a paisagem é sempre heterogênea” (SANTOS, 1997a, p. 65). É um conjunto de fragmentos de formas naturais e artificiais (que também podem ser consideradas como culturais) que se diferenciam quanto ao tamanho, volume, cor, utilidade, ou por qualquer outro critério que se utilize para qualificar uma paisagem. Hoje, quando se observam grandes cidades como São Paulo, Londres e Tóquio, a proporção de elementos artificiais na paisagem é tão grande que os elementos ditos “naturais” muitas vezes são difíceis de enxergar.

A paisagem é composta por formas e conteúdo. Seu conteúdo só se revela por meio das funções sociais que lhes são atribuídas no desencadear da história. As práticas sociais, em cada época, materializam de diferentes maneiras as marcas nas paisagens, ou seja, são construídas, transformadas e valorizadas de acordo com as mudanças nas estruturas sociais dos grupos. Sobre isso, Luchiari comenta que “[...] a paisagem é materialidade, mas é ela que permite à sociedade a concretude de suas representações simbólicas” (2001, p. 13-14). Sendo assim, a razão simbólica, que constitui o processo de construção da paisagem, desnaturaliza seu significado, revelando sua dimensão cultural.

A intensificação da ocupação humana na superfície terrestre, com o desenvolvimento técnico-científico, permitiu a criação de facilidades e descobertas nos mais variados ramos: transportes, alimentação, vestuário, lazer e saúde, entre outros, além de permitir a expansão do conhecimento e descobrimento de paisagens nunca antes imaginadas. Essas transformações nas paisagens, intensificadas pela ação humana, em nenhum outro momento da história foram tão rápidas como nas últimas décadas. No mundo altamente tecnicista e urbanizado que se vive hoje, toda essa tecnologia beneficiou, por um lado, a população por meio de melhores condições de vida e, por outro lado, transformou a sociedade tradicional numa sociedade de consumo (graças ao apelo da mídia), urbanizada (no Brasil, mais de 80% da população se concentra nas cidades) e estressada (em razão da grande agitação do cotidiano das pessoas em busca de melhores condições financeiras).

O crescimento da busca por paisagens menos urbanizadas, com maior contato com os elementos da natureza, mostra que há uma grande necessidade do retorno a uma vida bucólica, reencontro de valores eliminados da vida cotidiana, recuperação

da paz interior e vivência com pessoas cujos modos de vida são diferentes dos de costume.

No mundo contemporâneo, a sociedade tem sofrido uma crise existencial, junto à necessidade de retorno simbólico ao passado, quando a proximidade do homem aos elementos da natureza, de vivências mais tranquilas e espaços acolhedores, eram constantes. Como afirma Luchiari (2001), o acelerado processo de urbanização e industrialização, o caos urbano, associado a uma vida estressante do trabalho e a insegurança, o ecologismo radical (levando ao extremo o isolamento da sociedade aos ambientes de contato com a natureza) e a deterioração das paisagens, invadem o pensamento da sociedade contemporânea, não deixando observar que existem paisagens cênicas e agradáveis, mesmo em meio à vida moderna em um mundo capitalista.

Essas rápidas transformações das paisagens, evidenciadas pelas dinâmicas do sistema capitalista em que vivemos, parecem transformar o tempo em algo passageiro, sem substância, superficial, sem aderência. A configuração das paisagens, por sua vez, é marcada pela mudança constante dos referenciais da vivência humana, tornando as coisas muito mais fáceis de serem esquecidas.

As paisagens encontram-se hoje cada vez mais híbridas, ou, como definida por Luchiari (2001, p. 21), “[...] carregada de natureza e sociedade, de processos naturais e sociais; a paisagem não se esgota, não morre”. Se considerarmos que as paisagens são dinâmicas e construídas socialmente, elas não se esgotam. Passam constantemente por processos de transformação, reproduzem-se, renovam-se, regeneram-se, por vezes mais rapidamente, em outros momentos mais lentamente, algumas vezes em caráter negativo (como a devastação de uma área indígena por ações de madeireiras, rios poluídos, lixões a céu aberto), outras vezes positivamente (como a revitalização das edificações de um bairro histórico de uma cidade ou a restauração de um casarão de fazenda da época do auge do café).

Há que se lembrar de que as paisagens são modeladas pelas transformações naturais e também pelo trabalho humano, em maior ou menor grau, dependendo da paisagem que se está tratando. As paisagens são, cada vez mais, providas de elementos culturais, pelas próprias práticas sociais. Ao mesmo tempo em que a ideia causa um distanciamento entre homem e ambiente, também há um processo de

valorização estética da natureza e a resignificação das paisagens. Além disso, a paisagem pertence a um sistema de valores construído historicamente e apreendido diferentemente no tempo e no espaço pela percepção humana (LUCHIARI, 2001). Podemos ter os mesmos elementos em uma dada paisagem, mas a percepção que um artista, um geógrafo, um arquiteto, um proprietário rural ou um turista terão desta paisagem serão sempre diferentes. A materialidade pode ser a mesma, mas a representação que se faz dela muda constantemente. Corroborando essa ideia, Besse (2006, p. 62) salienta que é preciso:

[...] fazer jus a outros olhares culturais lançados sobre a natureza, a outros universos de significação, a outros conceitos e a outras práticas que [...] são investidas no território [...]. Há o olhar do cientista, o do médico, o do engenheiro, o do religioso, ou do peregrino, etc. Em cada caso, o território é afetado por qualidades paisagísticas particulares, próprias ao interesse daquele que o considera.

Quando analisamos as paisagens da Rota do Café do norte do Paraná, objeto do presente estudo, podemos observar que o fenômeno do turismo, como salienta Luchiari (2000a, p. 121),

[...] Permite trazer à luz novas formas de sociabilidade, articuladas em função do processo contemporâneo de revalorização das paisagens para o lazer. Esse movimento, ao invés de contrapor o tradicional ao moderno, o lugar ao mundo, o natural ao artificial, impulsiona [...] a formação de organizações socioespaciais cada vez mais híbridas, cujas formas e lógicas antigas associadas às novas originam uma outra composição.

Para esta tese o conceito de paisagem expresso por Milton Santos permite transitar das condições materiais de produção para os aspectos materiais e imateriais do patrimônio, ou seja, “Tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. [...]. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons etc.” (SANTOS, 1997a, p. 61). É um conjunto de formas naturais e artificiais que num determinado momento exprime as heranças de uma dada sociedade e que é provida de conteúdo e sentidos àqueles que as apreendem, tendo assim um caráter transtemporal, ou seja, juntando objetos do passado e do

presente. No próximo tópico vamos nos debruçar nas discussões sobre o turismo de base local e sua relação com as paisagens.

1.2 TURISMO DE BASE LOCAL

É natural do ser humano a necessidade de evasão, que se manifesta pelo próprio fato de as pessoas necessitarem trocar de ambiente, ter novas interações sociais, alterar o estado de espírito, conhecer o novo, ou simplesmente para sentir a vida com maior dinamicidade. Como salientam Vieira e Oliveira (2000, p. 24),

[...] o cérebro humano é programado para rejeitar a monotonia. Sem a mudança temporária, sem a possibilidade do imprevisível, as funções cerebrais tornam-se ineficientes e provavelmente a pessoa entra em um processo de estresse.

Na atualidade, no ambiente de vida tumultuado das grandes cidades, parte considerável da população busca locais onde a quebra da rotina seja possível. Em linhas gerais, Andrade (2000) destaca que o espírito de aventura (o estado psicológico em que o turista se põe ao realizar atividades completamente diferentes das habituais), a aquisição de *status* (já que em alguns casos cria-se a impressão de mobilidade social ou promoção na escala social) e a motivação cultural (integrar-se, mesmo que momentaneamente, a uma nova cultura, conhecer outras pessoas, participar de ambientes e sociedades diferentes) são as que mais intensificam os deslocamentos humanos quanto tratamos de atividade turística.

Sair do ambiente habitual preocupante – ou seja, viajar, passear, praticar o lazer fora do dia a dia – é uma necessidade inerente ao ser humano, desde que a pessoa tenha a certeza da volta à rotina tranquilizadora, tornando-se assim um paradoxo, já que, ao mesmo tempo em que necessita de um tempo fora do cotidiano, também precisa ter a segurança de que terá a sua rotina quando retornar. Vemos que essa necessidade não é satisfeita por um lugar qualquer, pois existem preferências por certos locais em vez de outros, “[...] o indivíduo traz no seu primeiro invólucro [...] uma carga de conhecimentos, acumulada pela experiência, [...] que

influencia nas suas decisões, na sua escolha por certas paisagens em detrimento de outras” (VIEIRA & OLIVEIRA, 2000, p. 27).

Grande parte dessas motivações dos turistas tem em sua essência a busca pela apreciação, pelo contato, pelo conhecimento de novas paisagens em um local diferente de sua residência.

A paisagem, enquanto categoria de análise, se transformou num poderoso instrumento para divulgar, praticar e vivenciar as viagens e, por conseguinte, a observação/sensação de uma paisagem é muito utilizada como recurso para venda de roteiros [...]. Para alguns, ela é o principal mote das viagens turísticas: as pessoas viajam para ver, escutar, cheirar (sentir ou perceber) outras paisagens [...]. (RAIMUNDO, 2011, p. 22)

Font (1989, p. 41) nos coloca o seguinte questionamento: “*Por qué el paisaje es un indicador privilegiado para mostrar al turista que está realmente cambiando de lugar?*”. Porque a paisagem é, via de regra, resultado das ações da sociedade e da cultura que se desenvolve neste lugar.

Seja a busca por paisagens naturais ou por paisagens culturais, elas são o elemento que melhor indica ao turista a mudança de ambiente: “A paisagem diferencia os destinos turísticos uns dos outros, e constitui um elemento essencial para o processo de decisão sobre uma visita a um determinado lugar” (MARUJO, 2005, p. 145). Por isso é importante compreendermos a relevância da atividade turística.

Nas últimas seis décadas, o turismo tem passado por uma contínua expansão e diversificação, sendo um dos setores econômicos de maior envergadura e crescimento do mundo. Para compreendermos a relevância econômica que a atividade turística possui, vejamos alguns dados importantes do setor. De acordo com dados do Conselho Mundial de Viagem e Turismo (WTTC), o setor representou, em 2014, 3,1% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, considerados apenas os impactos diretos. Isso representa índices maiores do que a da indústria química (2,1%) ou da automobilística (1,2%), só para citar alguns. Se forem levados em consideração os impactos diretos e indiretos, o estudo realizado pelo WTTC indica que o setor movimenta 9,8% da produção econômica mundial. No Brasil, de acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), a atividade representa, atualmente, cerca de 3,6% do PIB, empregando, direta e indiretamente, mais de 10 milhões de pessoas e movimentou, em 2014, R\$ 492 bilhões no país (BRASIL, 2015).

O significado econômico do turismo é muitas vezes apresentado como principal força motriz para o desenvolvimento da atividade, mas nem só de cifrões vive o turismo. Essa atividade também possui efeitos sociais, culturais e ambientais muito fortes nas localidades, variando de um local para outro devido à sua singularidade. Por meio do desenvolvimento da atividade turística é possível que o patrimônio da localidade seja valorizado e conservado, beneficiando tanto os residentes quanto os visitantes. Além disso, o turismo pode propiciar a recuperação de áreas degradadas e incentivar a conservação dos recursos naturais. Por outro lado, se mal planejado, o desenvolvimento da atividade pode acarretar em perda da identidade cultural da população local, depredação de bens patrimoniais naturais e culturais por meio da visita sem controle, dentre outros.

Mas afinal de contas, em que consiste o turismo? Existem várias organizações e pesquisadores da área, no Brasil e no mundo, que apresentam diferentes definições de turismo – umas mais abrangentes, outras mais restritivas. Por se tratar de um fenômeno complexo que é, ao mesmo tempo, social, econômico, cultural, ambiental e político, necessita ser estudado na perspectiva de múltiplos olhares, para “[...] garantir uma análise que contemple as diversas abordagens do turismo, as quais implicam a consideração desse fenômeno como experiência humana, prática social e atividade produtiva [...]” (SILVEIRA, 2014, p. 15). Por ser uma definição mais abrangente, para esta pesquisa, utilizaremos a definição apresentada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), considerando-se que o turismo:

Diz respeito às atividades praticadas pelas pessoas durante as suas viagens e permanências em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros (ORGANIZAÇÃO, 2001, p. 40).

Importante também salientar que a OMT (2001) faz uma distinção entre o que é visitante, turista e excursionista. Os visitantes são consumidores de serviços turísticos, quaisquer que sejam suas motivações. É um termo genérico, podendo-se dividir em turistas (toda pessoa que ingressa no território diferente de sua residência e permanece no mínimo 24 horas na localidade, ou seja, com pernoite) e excursionistas (são os visitantes de um dia, ou seja, aqueles que não pernoitam na

localidade visitada). Para esta pesquisa, utilizaremos o termo visitante para designar o público frequentador das propriedades associadas à Rota do Café, já que esta recebe tanto turistas quanto excursionistas e não pretendemos no presente trabalho nos aprofundar nesta classificação e diferenciação.

Como evidencia Cruz (2002, p. 109), “[...] a paisagem é a primeira instância do contato do turista com o lugar visitado e por isso ela está no centro da atratividade dos lugares para o turismo”. A paisagem possui vital importância para o turismo e tem um grande peso quando pensamos em oferta e demanda turística. Para compreender sua relação, faz-se necessário entender no que consiste a oferta turística e a demanda turística.

Demanda turística, segundo Masina (2002, p. 30), “[...] é o conjunto de pessoas que se deslocam por tempo limitado para fora de sua residência habitual por motivo de viagem [...]”. Também podemos considerar como “[...] o número de pessoas que viajam ou gostariam de viajar para utilizar instalações ou serviços turísticos [...].” (STEFANI; OLIVEIRA, 2015, p. 72).

Oferta turística “[...] é o conjunto de bens e serviços colocados à disposição do turista numa região ou destino receptor, e que servem para seu consumo ou desfrute” (MASINA, 2002, p. 28). A oferta turística pode ser classificada em diferentes categorias: recursos turísticos (que são os atrativos naturais e culturais), serviços de apoio ao turista (como hospedagem, alimentação, transporte, agenciamento, entretenimento, informação turística etc) e infraestrutura de serviços públicos (como saúde, comunicação, energia, saneamento, segurança, serviços bancários, entre outros, que são serviços básicos de atendimento à população local). Vamos nos ater no próximo tópico aos recursos turísticos, para conhecermos a importância da atratividade das paisagens para o turismo.

Mesmo conhecendo a definição do que é o turismo, salienta-se que maior que sua importância econômica, o turismo é uma atividade eminentemente social e que é imprescindível que se discuta de que forma a atividade turística se desenvolve no espaço. Por isso é importante diferenciarmos o turismo de massa do turismo de base local.

A discussão em torno do desenvolvimento, grande parte das vezes, é associada a algo positivo, um sentido de algo melhor do que o atual, relacionando-se à economia. Porém, não deve ser tratado como sinônimo de desenvolvimento econômico, além de não poder ser reduzido apenas ao crescimento econômico (SOUZA, 2002; CORIOLANO, 2003a, 2003b; RODRIGUES, 2002, 2003a). Um dos grandes desafios da sociedade atual, segundo Coriolano (2003a, p. 14), “[...] é promover o desenvolvimento centrado no homem”. Este pensamento “[...] encerra uma revolução de ideias e práticas sociais, que passam a orientar as pessoas e as organizações para a produção e consumo compartilhados”.

Rodrigues (2003a) discorre sobre os dois modelos de desenvolvimento do turismo: o modelo tecnocrático (em que o capital estrangeiro adentra o país com megainvestimentos, com foco na rentabilidade a qualquer custo) e, como contraponto, o modelo humanista, “[...] comprometido social, cultural e economicamente com o território circunscrito a uma microescala geográfica [...]” (RODRIGUES, 2003a, p. 14). Neste sentido, o desenvolvimento que se almeja nesta tese busca promover a estruturação econômica e social, buscando recursos cuja responsabilidade pela concepção, implantação e gestão de projetos seja em escala local.

Pensar o turismo de forma a desenvolver as localidades propõe que o Estado deve manter sim seu envolvimento, intervindo quando necessário, além da necessidade dos organismos sociais locais intervirem em seus ambientes, para mobilização da sociedade e exploração de suas potencialidades, buscando uma maior autonomia diante da internacionalização da economia. Segundo Coriolano (2003a, p. 25):

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.

Na presente tese o tipo de turismo que se sugere desenvolver é o turismo de base local, justamente como forma de aproveitar a atratividade do Norte do Paraná vinculada às suas paisagens e ao patrimônio, objetivando que os municípios,

instituições e empreendedores envolvidos possam ter benefícios econômicos, socioculturais e/ou ambientais a partir do incremento ao turismo em suas atividades cotidianas.

Uma grande indagação feita por Milton Santos (1997d) é: “[...] como produzir, então, o turismo alternativo num mundo de mercado?”. O turismo deve levar em consideração a identidade e autonomia da população local, tendo como centro do mundo o homem e não o dinheiro, a técnica ou a natureza. Estes devem ser levados em consideração sim, mas não de maneira extremista, no qual o que predomina é a ganância, a artificialidade e o preservacionismo exacerbado. Além do posicionamento dos agentes na articulação do desenvolvimento de base local, turistas e comunidade em geral devem ter participação efetiva nesse processo: o turista buscando comungar com o morador, respeitando sua cultura e aprendendo a lidar com as diferenças, observando a face educativa do turismo; e a comunidade pela hospitalidade.

O caminho para que tal situação aconteça é através do turismo de base local como agente “humanizador”, em contraponto ao turismo de massa, como verificado em grande parte das localidades. A forma de gestão do turismo está diretamente ligada ao uso dos recursos turísticos, sejam eles naturais ou culturais, em que as paisagens se enquadram.

Os recursos turísticos consistem nos atrativos que formam a matéria-prima do turismo e classificam-se, via de regra, em naturais e culturais (IGNARRA, 2003). Os primeiros contemplam formas do relevo, a hidrografia, o clima, a flora, a fauna, dentre outros. Já os recursos turísticos culturais contemplam os monumentos, os museus, a música, a dança e demais artes, a gastronomia, o folclore, o artesanato, a história, os eventos, dentre outros bens culturais.

Quando analisamos a questão da atratividade, deparamo-nos com algo complexo, pois a atratividade de certos elementos varia de um turista para outro, ou seja, estão relacionados às suas motivações e também à avaliação que os mesmos fazem desses elementos. De maneira geral, os elementos presentes no cotidiano das pessoas que residem em uma localidade não se tornam tão atrativos a elas, ao mesmo tempo em que chamam a atenção de visitantes, por serem elementos que não pertencem à sua vivência. Por exemplo: a casa onde viveu um importante escritor pode ser bastante importante para a comunidade local, mas não ter atratividade aos

visitantes. Assim como um templo budista para os adeptos desta religião pode ser bastante importante e aos de outras religiões apresentar pouca ou nenhuma atratividade.

Além do olhar do residente e do turista, há também o do especialista, ou seja, do planejador que está envolvido com a gestão do turismo na localidade. Corroborando com esta afirmação Queiroz (2009, p. 48) ao expor que a percepção da paisagem relaciona-se aos “estímulos que o observador [...] recebe por meio dos sentidos, registrando formas, objetos, interiorizando significados diversos, processando mentalmente uma visão local”.

Estudos indicam que a paisagem é um dos principais elementos na escolha de um destino para viajar. Por isso a importância de estudar as paisagens. Pires (1999, p. 162) enfatiza que:

Se a razão de ser do turismo – aquilo que mais caracteriza este fenômeno – é o deslocamento ou movimento voluntário das pessoas de um lugar para outro no espaço, então o turismo pode ser concebido como uma experiência geográfica na qual a paisagem se constitui num elemento essencial.

Muitos lugares são escolhidos por conta de suas paisagens, que assim se constituem em recursos turísticos com base nos valores que lhes são atribuídos. Silveira (2014) faz um apontamento importante sobre isso: um local inacessível, que não seja valorizado pelo turismo, não é um recurso turístico propriamente dito, pois, para sê-lo, precisa ser valorizado do ponto de vista da economia do turismo.

O autor ressalta também que a transformação da paisagem em recurso turístico depende do seu grau de atratividade. A partir do momento em que uma paisagem é avaliada, ela passa a ter diferentes valores de uso, que vão depender de como é a percepção/valorização do turista e dos demais envolvidos com a atividade turística.

O que constitui a paisagem como recurso turístico não é apenas sua aparência real, mas também sua imagem e representação. “[...] a paisagem como algo concreto refere-se à essência do recurso turístico, mas é, sobretudo, a imagem dela que lhe confere um novo acréscimo de valorização por parte do turismo” (SILVEIRA, 2014, p. 68).

A valorização das paisagens pelos turistas está atrelada fortemente às necessidades psicossociais de mudança do cotidiano e o que estas paisagens representam a cada um é diferente. Conforme salienta Yáziggi (2002, p. 23):

[...] o que se busca, na realidade, não são unicamente paisagens, embora para muitos isso baste para seduzir muita gente. Buscam-se lugares que se revelam pelas paisagens, daí a importância que elas têm de elo entre o estranho e o mundo a ser descoberto.

Tal valorização só é possível em função do conteúdo simbólico do qual elas se encontram revestidas. Compreender a dinâmica dos “cotidianos” permite-nos ampliar o entendimento também sobre as motivações de viagem, pois, segundo Yáziggi (2002, p. 24) “Fazer turismo não significa obrigatoriamente frequentar lugares fabricados por sua indústria, mas dirigir-se para qualquer outro cotidiano também repleto de rotinas dos outros [...]”.

Há também, muitas vezes, certa homogeneização das paisagens pelo e para o turismo, resultante da massificação dos gostos e de modismos, fruto de uma sociedade de consumo mundializada (CRUZ, 2000). Luchiari (2000a, p. 122) ressalta que “a atratividade dos lugares (paisagens naturais ou construídas) precisa ser constantemente vendida, então, ela é constantemente recriada, ou melhor, padronizada em estilo, estética e atendimento”. Por essa e outras razões que será discutido a seguir que o desenvolvimento da atividade turística deve ser planejado de acordo com as características do local.

Silveira (2014) levanta uma discussão importante sobre o fato de a paisagem, muitas vezes, ser transformada em simples objeto, como uma mercadoria de consumo turístico, ou seja, percebemos a descaracterização do local, principalmente pela banalização e massificação do seu uso pelo turismo. “A principal crítica a essa banalização da paisagem se refere ao fato de o turista [...] criar muitas expectativas em torno da beleza estética da paisagem e a experiência que oferece e limitar a viagem simplesmente ao consumo visual dos lugares [...]” (SILVEIRA, 2014, p. 75). Ferrara (2002, p. 71) enfatiza que:

A publicidade turística faz da exploração da imagem seu grande atrativo. [...] Se examinarmos a seleção vocabular [...] - o novo, o eletrizante, o eloquente, o exclusivo, o refinado -, observamos um conjunto de palavras destinadas a produzir sentidos e efeitos visuais de cor e brilho múltiplos [...]. A publicidade turística seleciona o que ver e, sobretudo, como ver.

O que também buscamos identificar com a pesquisa empírica, é de que forma ocorreu a seleção dos atrativos das paisagens da Rota do Café para a formatação do roteiro.

Como salientamos, uma das bases do turismo de base local é a preocupação com a maneira com que os moradores se relacionam com a atividade turística, assim como sua relação com os visitantes.

O turismo, por ser uma atividade eminentemente social, é resultado de ações e desejos da sociedade como um todo que transformam as paisagens, envolvendo diversos elementos que são essenciais à sua existência, como os recursos naturais e culturais, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio. Esse conjunto de atividades desencadeia uma série de efeitos positivos e negativos nos locais onde ocorre, transformando suas paisagens (MILAGRES; SOUZA, 2012). Em seu estudo sobre as cidades turísticas, Silva (2004a) salienta que as cidades turísticas brasileiras enfrentam um paradoxo de conservarem paisagens cênicas e verem, muitas vezes, este recurso ser degradado pela atividade turística não planejada. Por ser um componente essencial para o desenvolvimento do turismo, a paisagem, em muitos casos, é transformada por critérios estéticos direcionados a compor cenários que passam então por um processo de mercantilização, o que muitas vezes tem também levado à descaracterização de manifestações culturais tradicionais.

Da forma como o turismo muitas vezes é desenvolvido e incentivado não há interação do turista com os locais visitados e sua experiência acaba se resumindo a uma coleção de imagens, sem conteúdo algum. Quando as paisagens são realmente percebidas pelos turistas, elas despertam um maior interesse no lugar visitado, o que contribui para o processo de valorização das características locais. Ao contrário do que se encontra em muitas práticas turísticas, deve-se buscar aproximar o turista da realidade dos locais visitados, proporcionando momentos de vivência por meio de paisagens diferentes do seu cotidiano e experimentar novas sensações, numa

perspectiva que vai além do que se vê, permitindo que a paisagem seja interpretada por meio de outros sentidos da percepção.

Assim como os turistas necessitam aprofundar seus conhecimentos e sua interação com as paisagens que visitam, os moradores destes locais turísticos também precisam se reconhecer nessas paisagens, pois, via de regra, contêm elementos e representações de sua cultura. Meneses (2002, p. 60) enfatiza essa necessidade ao expor que “[...] a paisagem deve destinar-se, primeiro aos habitantes, sem detrimento, é claro, da partilha com os de fora”. O que para o turista muitas vezes limita-se à beleza estética, para o morador é ter contato com suas próprias raízes e o senso de pertencimento (MILAGRES; SOUZA, 2012). Nas propriedades associadas à Rota do Café, em muitos casos, são os residentes que recebem os turistas e acompanham-nos no desenvolver das atividades. No capítulo 4 vamos conhecer quais são as atividades e de que forma há a interação entre moradores e turistas.

Castro (2002) contribui com seu estudo sobre a paisagem como recurso turístico, explicando que, apesar do trabalho exercido pela publicidade na proliferação de imagens de paisagens, há outros efeitos nas decisões individuais dos turistas:

A importância da paisagem como imagem atrativa para o turismo vai muito além dos contornos da lógica de uma mercantilização eficiente da sociedade de consumo, mas obedece também a outra lógica mais profunda do imaginário social. [...] Decorre também do que elas evocam em quem as recebe e não apenas do resultado do estímulo provocado por uma publicidade competente. [...] A paisagem é um recurso para o turismo porque ela é primeiro um bem social (CASTRO, 2002, p. 128-131).

Para Castro, não existe uma paisagem turística, mas sim uma paisagem socialmente estetizada e valorizada. Ao pensar a paisagem apenas para o turismo, há um erro ao ignorar que “quanto mais valorizada socialmente, mais valor o lugar adquire, seja para seus habitantes, seja para seus visitantes” (CASTRO, 2002, p. 133).

Mas, afinal de contas, o que é uma paisagem turística? Para Luchiari (2000a, p. 120) as paisagens turísticas “[...] só existem em relação à sociedade. Elas não existem *a priori*, como um dado da natureza. Mesmo a vocação de uma região faz

parte de uma seleção de atributos que a sociedade elege historicamente. [...]”, ou seja, toda paisagem pode ser turística.

Tomando como base a paisagem como bem social, Castro (2002, p. 135) ainda contribui com esta discussão alertando para “a falta de sentido da ideia de *bem comum* e a falta de consciência de que a perda do espaço coletivo reduz a qualidade de vida e limita esta qualidade ao espaço doméstico. [...]”, ou seja, ao não se incorporar que as paisagens são bens coletivos (pertencem a todos), há uma intensificação da degradação dos elementos que compõem as paisagens. Esse processo “aponta também para a exacerbação do individualismo e para a anulação das possibilidades do estar junto comunitário” (p. 136).

O autor ainda questiona: “Se a paisagem é um recurso importante, mobilizado em decisões que visem a estimular atividades econômicas vinculadas ao turismo, [...] como isolar estas ações do quadro social, político e territorial no qual ela está inserida?” (CASTRO, 2002, p. 138). Há uma responsabilidade por parte dos gestores locais na regulação tanto da proteção, como da produção e do aproveitamento do potencial econômico e social das paisagens. Inserir os habitantes nesse processo faz-se imprescindível, já que não há como pensar a paisagem fora da relação da sociedade com o local em que vivem.

A forma como o poder público e a iniciativa privada se apropriam das paisagens pode deixar marcas em diferentes aspectos. Lembrando que as iniciativas de conservação e valorização das paisagens que não envolvam o cotidiano dos habitantes podem estar comprometidas já desde o seu início.

Em resumo, há alguns aspectos que devemos ter em mente ao pensar a paisagem como recurso turístico: o turismo é uma atividade de grande significado econômico e sociocultural, que tem nas paisagens sua mais importante matéria-prima; a transformação da paisagem em recurso turístico depende do seu grau de atratividade e também das necessidades psicossociais dos turistas, que lhes são particulares; é fundamental que, no planejamento da atividade turística, haja um envolvimento dos moradores também na seleção dos atrativos, para que eles se sintam pertencentes ao local em que habitam.

A paisagem não é apenas um recurso como suporte para uma atividade socioeconômica como é o turismo. A paisagem pode ser tomada pelo seu valor patrimonial (SILVEIRA, 2014), ou seja, o conteúdo simbólico da terra para determinado grupo ligado à sua identidade cultural, como referência de sua história. O próximo capítulo está reservado para a discussão sobre a relação entre paisagem, patrimônio e turismo.

2 A VALORIZAÇÃO DA MEMÓRIA E DO PATRIMÔNIO COMO ATRATIVO TURÍSTICO

Retomando a questão central desta tese que é saber em que medida elementos remanescentes da cafeicultura na paisagem e na memória, marcam ou podem marcar o turismo de base local no Norte do Paraná, vamos nos debruçar nas relações entre memória, patrimônio, paisagem e turismo neste capítulo.

2.1 MEMÓRIA E PATRIMÔNIO

A memória pode ser entendida como lembranças do passado (mas nem sempre um passado distante) compartilhadas no presente por indivíduos pertencentes a um grupo social. Conforme Ferreira (2012, p. 14) salienta: “A noção de memória remete tanto aos mecanismos de acumulação, vinculando-se às formas de conservação, atualização e reconhecimento de uma lembrança, quanto aos processos de compartilhamento de representações sociais”.

Para Casadei (2010), ao estudar o pensamento do sociólogo Maurice Halbwachs, as memórias de um indivíduo não são só suas (para se tratar como memória individual), uma vez que nenhuma lembrança pode existir à margem da sociedade, trazendo desta forma o conceito de memória coletiva. A memória de uma pessoa é uma combinação das memórias dos diferentes grupos em que este está inserido, como a família, o ambiente de trabalho, o grupos de amigos e o bairro.

[..] a memória individual não é nada mais do que a memória formada pela vivência de uma pessoa em diversos grupos ao mesmo tempo. É a soma não redutível destas várias memórias coletivas que se aloca no ser e representam a sua parcela individual de experiência. Em outras palavras, a constituição da memória é, em cada indivíduo, uma combinação aleatória das memórias dos diferentes grupos nos quais ele sofre influência – e isso explicaria, em grande medida, porque as pessoas guardam memórias diferenciadas (CASADEI, 2010, p. 155).

Relevante percebermos que, para Halbwachs (2006), a memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, podendo mudar de acordo com o lugar que a pessoa ocupa ou segundo a mudança nas relações com este lugar.

Neste sentido, o autor também traz à tona o sentido da rememoração, que se dá como reforço das lembranças da memória e é capaz de fortalecer a memória coletiva, a partir do momento em que terá destaque aquilo que foi vivido por um maior número de pessoas e o que resulta de experiências coletivas, que o autor considera como memória afetiva.

Pollak (1992) discute a relação entre memória e identidade social, dentro do que os historiadores chamam de História Oral (e próximo do que na Geografia trabalhamos como Memória Viva). Esta compreensão é relevante para o entendimento da ressignificação do café na Rota por meio das memórias e do patrimônio.

O que constitui a memória (seja ela individual ou coletiva)? De acordo com Pollak (1992), os acontecimentos vividos pessoalmente e os acontecimentos vividos “por tabela”, ou seja, vivenciados pelo grupo ao qual cada um pertence, estão tão enraizados no imaginário que faz com que a pessoa a tenha quase como uma “memória herdada”, assim como pessoas/personagens conhecidas pessoalmente ou pessoas/personagens que não viveram no mesmo espaço-tempo, mas que por tanta identificação tornaram-se quase conhecidas.

A mesma situação ocorre quando falamos de lugares: existem lugares da memória, que a pessoa já frequentou e que trazem lembranças de algo vivido, assim como temos lugares que não fazem parte do nosso espaço-tempo, mas que, por serem importantes na história de vida do grupo ao qual pertencemos, passa também a ter significado. Em síntese, estes critérios “[...] conhecidos direta ou indiretamente, podem obviamente dizer respeito a acontecimento, personagens e lugares reais, empiricamente fundados em fatos concretos. Mas podem se tratar também da projeção de outros eventos” (POLLAK, 1992, p. 202).

Além disso, a memória apresenta algumas características que é importante conhecermos: a memória é seletiva (nem tudo fica registrado); a memória é, em parte, herdada (não necessariamente vivenciada pela pessoa, mas sim pelo grupo em que

se vive, os familiares, por exemplo); a memória é um fenômeno construído social e individualmente e é um elemento constituinte da identidade (no sentido de sentimento de continuidade e pertencimento a um grupo).

Os usos sociais da memória e da lembrança possuem o papel fundamental de organizar a vida em sociedade. “Lembrar e recordar são atos fundamentais para assegurar a constituição de laços sociais e dificilmente poderíamos imaginar sociedades humanas que não produzissem suas formas e maneiras de lembrar” (GUIMARÃES, 2008, p. 22).

A forma de materialização das memórias coletivas se dá por meio do patrimônio cultural, entendendo aqui o patrimônio como construção coletiva e de representação da coesão de um grupo, ou sua identidade. [...] Objetos, sons ou aromas dinamizam a memória coletiva ou individual e constituem manifestações da materialidade da cultura de um grupo social [...], numa busca constante de fortalecimento de seus elos com o seu lugar de pertencimento (PELEGRINI, 2007, p. 91).

A autora salienta que há algumas décadas a conservação da memória transformou-se numa “necessidade” da sociedade contemporânea, ávida por materializar de alguma forma seu passado, pois no momento em que a globalização tende a tornam o tempo e as relações efêmeras, desencadeando em “amnésias”, o registro das memórias é importante (seja por meio do uso da escrita, da criação de museus, da monumentalização, do reforço às manifestações culturais). Para Freire e Pereira (2005) há um “gosto exagerado” pelo passado devido às mudanças bruscas da sociedade:

A rapidez do processo de mudança, não há como negar, trouxe o sentimento de perda do sentido do passado, do desenraizamento e do esquecimento fácil, originando a necessidade de indivíduos e coletividades retomarem seu passado, na busca de elementos que permitam uma recomposição de sua identidade (FREIRE; PEREIRA, 2005, p. 121-122).

A Rota do Café, ao manter sua essência como *lócus* capaz de ressignificar as marcas do café na paisagem a partir patrimonialização da memória coletiva, tanto possibilita a rememoração do café para quem viveu o auge da cultura cafeeira como

também como forma de apresentar aos que não o vivenciaram, mas possuem certa afetividade na memória.

O vocábulo “patrimônio”, em sua origem, esteve ligado às estruturas familiares, econômicas e jurídicas e, por apresentar diversos adjetivos que constantemente o requalificam (genético, natural, histórico, cultural, arquitetônico etc), tornou-se um conceito “nômade” (CHOAY, 2010, p. 11).

Podemos analisar e aproveitar a potencialidade do patrimônio utilizando cinco dimensões, de acordo com Dias (2006): científico-cultural (por sua função educativa), simbólica (que consolida a identidade de dado grupo), política (quando vinculado ao Estado e poder local), social (incorpora a noção de pertencimento, fazendo com que seja compartilhada a responsabilidade pela conservação do patrimônio) e a econômica (nos casos em que ao patrimônio é atribuído valor econômico, capaz de gerar renda e trabalho). Se a interação entre estas dimensões se der de forma harmônica, o patrimônio consegue executar seu papel integrador.

No presente trabalho, o patrimônio será composto pelo qualificativo “cultural”, ao que Dias (2006, p. 68) define como conjunto de bens materiais e imateriais, tanto do passado quanto do presente, que “[...] caracterizam um agrupamento social, um povo, uma cultura”. Como também reforça Canclini (1999), o patrimônio não inclui apenas a herança de cada povo, sítios arqueológicos, arquitetura colonial ou objetos e antigas crenças, mas também os bens atuais, como artesanato, línguas, conhecimentos e tradições. O patrimônio é uma construção social e deve ser considerado no contexto das práticas sociais que o produziram e que ao serem retransmitidas, podem ter acrescentados novos conteúdos e significados.

Desta forma entende-se que um bem não é patrimonial por si só, pois precisa ser reconhecido e fazer sentido como tal, estando sujeito a redefinições por realidades culturais diferentes. Segundo Thomaz (2010, p. 35), “[...] a preocupação contemporânea por conservar o legado do passado, aparece como um fenômeno geral dentro das sociedades modernas, complexo e duradouro, que não para de crescer durante as últimas décadas”.

Fazem parte do patrimônio cultural tanto as manifestações culturais materiais ou tangíveis (monumentos, obras de arte, cidades históricas, objetos pessoais de

celebridades, peças arqueológicas etc.) quanto as manifestações culturais imateriais ou intangíveis (saberes, músicas, festas, danças, crenças etc.). O patrimônio é construído socialmente e tem a participação tanto do saber erudito como do saber de grupos populares; cada localidade possui suas singularidades como marcas da diferenciação (DIAS, 2006). É principalmente a singularidade patrimonial que torna as paisagens culturais e naturais atrativos para o turismo.

Quando se fala em patrimônio existem duas concepções que podem ser abordadas: bens materiais que são herdados pelos entes familiares, com valor monetário, como casas e joias, e também bens com pouco ou nenhum interesse comercial, mas que possuem significado afetivo, como uma fotografia, um brinquedo fabricado pelo pai ou mesmo uma imagem religiosa. Mas não só de bens materiais estamos falando: os ensinamentos e lições de vida transmitidos pelos antepassados, como uma receita da avó, técnicas de construção de um tio, formas diferentes de armazenar alimentos aprendidos em algum momento da vida, entre outros, todos estes importantes bens imateriais relacionados ao patrimônio individual, revelam sua importância a partir da percepção e sentimentos de cada indivíduo. A partir disso pode-se compreender o patrimônio a partir do que é coletivo.

De acordo com Funari e Pelegrini (2009, p. 9), há uma diferença essencial entre o individual e o coletivo: “O patrimônio individual depende de nós, que decidimos o que nos interessa. Já o coletivo é sempre algo mais distante, pois é definido e determinado por outras pessoas, mesmo quando essa coletividade nos é próxima”. Ou seja, a partir do momento que nos referimos ao coletivo, a opinião de cada integrante do grupo (seja um país, uma cidade, uma comunidade ou um bairro) será diferente, pois possuem interesses distintos, vivências diferentes, que fazem com que o sentido que atribuem a determinadas coisas também reflita em uma multiplicidade de pontos de vista.

Sendo assim, teremos lugares, monumentos e manifestações culturais materiais e imateriais que para alguns pode ser considerado patrimônio, representando sua identidade e memória, com alto valor simbólico e, para outros, estes mesmos bens não fazem sentido algum. Quando se trata de democratização do patrimônio, como discute Canclini (1999), não basta apenas ter ampliação dos locais disponíveis para o patrimônio (como os museus e galerias) e que estes estejam

abertos a todos, sejam gratuitos e promovam atividades a todas os grupos sociais, pois nos deparamos com as diferentes escalas econômicas e educacionais que diferem a capacidade de apropriação dos bens culturais trabalhados por estas instituições.

O patrimônio, segundo Canclini (1999) relaciona-se com três setores: o setor privado, o Estado e os movimentos sociais e o uso do patrimônio vai depender da interação entre estes.

A ação do setor privado se respalda no retorno financeiro que a exploração dos bens patrimoniais pode gerar. Sabemos que muitas instituições desenvolvem suas atividades de maneira a degradar os recursos naturais e também culturais, com uso indiscriminado. Mas já existem grupos que apreciam o valor simbólico dos bens e que incrementam seu valor econômico. Existem agentes imobiliários que incentivam a conservação de algumas edificações históricas de um bairro tradicional de uma cidade, para agregar valor no momento da comercialização das habitações. Empresas hoteleiras utilizam edifícios históricos que convertem em hotéis, mesmo alterando parte de sua arquitetura e também sua função, com intuito de agregar valor com apelo afetivo e estético ao serviço prestado.

Muito se discute sobre a mercantilização do artesanato, olhando apenas o lado perverso da inserção de comunidades ao circuito econômico, porém, não se tem como negar que, em certos casos, o incentivo à produção e comercialização do artesanato local, é importante para que comunidades tenham fonte de renda e passem a valorizar sua cultura. O que se deve atentar nas políticas culturais é de não transformar os bens culturais em simples objetos de consumo, banalizando-os, ou como Veloso (2006, p. 439) menciona, transformá-los em fetiche, ou seja, “[...] privilegiar o produto transformado em objeto de consumo como qualquer outra mercadoria que circula na sociedade atual”. O propósito mais coerente deve ser o de capacitar a própria população para construir suas próprias narrativas a respeito dos bens patrimoniais, sejam eles materiais ou imateriais.

Os movimentos sociais, nas últimas décadas, têm se relacionado ao patrimônio ao passo que, segundo Canclini (1999), por conta da expansão demográfica e altos índices de urbanização descontrolada; estes grupos passam então a se preocupar mais em conservar bairros, edifícios e tradições. Importante frisar: “[...] si no hay

movilización social por el patrimonio, es difícil que el gobierno lo vincule con las necesidades actuales y cotidianas de la población” (CANCLINI, 1999, p. 22).

Já a ação do Estado, muitas vezes, ao mesmo tempo em que promove e valoriza o patrimônio como elemento integrador da nacionalidade, também acaba por homogeneizar as diferentes características culturais, principalmente em países de grande extensão territorial como o Brasil. Como salienta Magnani (1986, p. 3), “[...] é mais para inglês ver [...] do que o resultado de uma vivência dos mesmos símbolos, padrões de comportamento, modos de vida, por parte da população”.

Cada grupo social constrói no presente o seu patrimônio, com o objetivo de expressar sua identidade e sua memória. Porém, existem casos em que bens culturais são classificados pelo Estado como patrimônio representativo de uma nação, mas para a população local não há representação ou significado afetivo, pois a mesma não se reconhece naqueles símbolos. Por vezes, ao se generalizar a representação pelo patrimônio local, se oculta a diversidade cultural. Grande parte das vezes o que ainda ocorre é que setores hegemônicos selecionam o que deve ser oficializado como patrimônio cultural, homogeneizando o que há de diversidade em uma localidade. Desta forma, os valores de outros tantos grupos sociais são descartados e tendem a cair no esquecimento, pois não apenas definem quais são os bens que merecem ser conservados, como também dispõem, via de regra, de condições financeiras, materiais e intelectuais para atribuir maior refinamento a estes.

Canclini (1999) cita um exemplo interessante ao comparar um grupo musical de um povoado indígena com uma orquestra nacional. Os produtos gerados pelas classes populares costumam ser mais representativos da cultura local e mais adequados às necessidades presentes do grupo que os criou. Podem alcançar alto grau de criatividade e valor estético, como o artesanato, a música e a literatura de algumas regiões do México. Porém, normalmente, apresentam menor possibilidade de converter seus produtos em patrimônio e torna-los amplamente conhecidos.

Para Dias (2006), por não se sentirem representados, muitas pessoas não valorizam a conservação dos bens, que passam a ser identificados como algo alheio e, portanto, passíveis de serem depredados. Frequentemente encontramos situações semelhantes a esta nos centros urbanos, onde bens públicos são pichados e até destruídos. A partir do momento que se entende que um bem público não é do Estado,

mas sim “de todos” (e não é porque é meu também que eu posso degradar), acredita-se que os índices de depredação tendem a diminuir. Corrobora também com esta ideia Zanirato (2009) ao mencionar que a participação desigual na escolha dos bens patrimoniais pode causar até certo desprezo em relação à conservação.

Gonçalves (2005) reflete que não basta uma decisão política do Estado simplesmente para que algo se torne patrimônio, mas sim que é preciso ‘ressonância’ junto à população, o bem precisa fazer parte da memória local e ser aceito pela população:

Patrimônios culturais seriam entendidos mais adequadamente se situados como elementos mediadores entre diversos domínios social e simbolicamente construídos, estabelecendo pontes e cercas entre categorias cruciais, tais como o presente, deuses e homens, mortos e vivos, nacionais e estrangeiros, ricos e pobres, etc (GONÇALVES, 2005, p. 16-17).

Quando se fala em cultura, devem-se envolver tanto as relações sociais simbólicas quanto a materialidade que advém desta, principalmente quando nos remetemos ao patrimônio imaterial, intangível, pois este possui um lugar, uma espacialidade que dá concretude a este universo simbólico. Gonçalves (2005) ressalta que lugares, festas, espetáculos são tão tangíveis e materiais quanto alimentos monumentos, edificações e objetos.

Magnani (1986) enfatiza que é necessário ampliar o raio de ação conservacionista também a partir da visão de outros segmentos e grupos sociais, caso contrário se continuará a privilegiar apenas uma versão dos fatos sociais, apenas a cultura de grupos da elite ou de grupos locais mais representativos.

Como salienta Luchiari (2009) o processo de *patrimonialização* é hoje um recurso para a conservação de símbolos e signos culturais, sejam objetos pessoais de valor histórico, edificações, até mesmo modos de fazer, música, artesanato, entre tantos outros que remetem à cultura de um povo. O que é importante frisar é que o patrimônio não é só a expressão da sociedade, mas sim “[...] movimenta, aviva, põe em evidência as passagens, as vias de acesso entre o material e o simbólico, entre o sujeito e o seu meio, entre uma razão prática e uma razão simbólica. O patrimônio cultural torna-se um fato social” (LUCHIARI, 2009, p. 2). Guimarães (2008, p. 22) nos atenta para o fato de que há uma “[...] febre de preservação dos bens materiais, numa

corrida contra o tempo que parece ter adquirido uma aceleração comprometedora [...]. Ao risco de uma amnésia contra-atacamos com uma inflação de memória”.

Muito mais do que bens patrimonializados, a cidade de Londrina e o norte do Paraná possuem rico arcabouço de manifestações culturais vinculadas ao café e que ainda não são institucionalizadas, ou seja, não passaram por nenhum processo ou de tombamento ou de registro.

2.2 A INSTITUCIONALIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO E A EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

No Brasil, a preocupação com o patrimônio iniciou-se efetivamente no século XX, quando o país passa por um processo de crise de identidade, ao se ver marcado pelo intenso processo de urbanização e industrialização (ZANON; MAGALHÃES; BRANCO, 2009).

Quando tratamos da institucionalização do patrimônio no Brasil é importante compreendermos a atuação do Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Desde sua criação, em 1937, o Iphan busca institucionalizar o patrimônio cultural brasileiro, fundamentando seu trabalho na identificação, documentação, restauração, conservação e promoção destes bens, seja de natureza material ou imaterial. No início, seu trabalho era voltado especificamente ao patrimônio material (registrando-os nos Livros do Tombo – arqueológico, etnográfico, paisagístico; histórico; belas-artes e artes aplicadas) e, com a ampliação do conceito de patrimônio a partir da Constituição Federal de 1988 (que inseriu os bens imateriais como relevantes para a valorização da identidade, ação e memória da população brasileira) implantou-se no ano de 2000 um instrumento específico de salvaguarda: o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, com os Livros de Registro dos saberes, das formas de expressão, das celebrações e dos lugares (IPHAN, 2017).

O tombamento e o registro pelo Iphan não são as únicas formas de proteção do patrimônio. Os municípios podem criar leis específicas que estabeleçam formas de conservação e proteção dos bens culturais locais, incluindo no planejamento urbano

diretrizes que estejam voltadas à valorização das características culturais importantes para sua população.

No Brasil, um caso emblemático de conservação por meio da institucionalização do patrimônio é a cidade de Ouro Preto em Minas Gerais. Com sua história iniciada ainda no século XVII por sua atividade mineradora, a localidade foi em 1933 declarada “Monumento Nacional” pelo Decreto Federal n. 22.928 de 12 de julho de 1933 e mais tarde como “Conjunto Arquitetônico e Urbanístico” pelo Iphan em 1938, registrado no Livro do Tombo de Belas-Artes. Com a repercussão mundial de seu valor patrimonial, em 1980 Ouro Preto foi declarada pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciências e Cultura), como “Cidade Patrimônio Cultural da Humanidade”.

Simão (2001) ao estudar o processo de preservação do patrimônio cultural em núcleos urbanos, dando ênfase ao caso de Ouro Preto, menciona que graças às políticas de proteção do patrimônio efetivas na cidade é que foi possível conter o avanço desenfreado da industrialização e urbanização e a consequente descaracterização que atingiu tantos centros históricos por cidades brasileiras. A autora enfatiza que os fatores que revitalizaram a cidade foram: “Novas atividades econômicas modificaram a dinâmica da cidade, solicitando novos espaços de morar, de trabalhar, de circular, de viver. [...] O núcleo tombado tornou-se um centro vivo – comercial, de serviços, administrativo e residencial [...]” (SIMÃO, 2001, p. 51).

A cidade de Ouro Preto recebe inúmeros turistas, buscando minimizar conflitos de interesse no sentido de conservação do patrimônio versus interesses econômicos. Simão (2001, p. 57) ressalta que foi importante o desenvolvimento de projetos educativos e de promoção do patrimônio em algumas gestões municipais e também por outros órgãos de proteção. “[...] Nessa trajetória, a comunidade local vem passando pela sua própria experiência de compreensão da importância do seu patrimônio cultural”. Não que tenham eliminado os conflitos de interesse individual versus interesse coletivo, pois estes sempre existirão e, por isso a autora enfatiza que é preciso caminhar em busca dos interesses coletivos e públicos que sejam consoantes com a viabilidade socioeconômica, política e cultural.

O que muitas cidades possuem como realidade é a negação de seu passado e fixação em ser sempre moderna e ligada ao progresso. Conforme Zanirato (2009, p. 140), isso mostra:

[...] uma ideologia de valorização da modernidade disseminada no social, que aquilata tudo aquilo que parece apregoar o progresso e rejeita outros signos entendidos como expressão do arcaico; entre esses as marcas do passado e da natureza.

No Paraná, a preocupação pela conservação do acervo cultural se deu já na década de 1930, pela Lei Estadual n. 38 de 31 de outubro de 1935, com a criação do Conselho de Defesa do Patrimônio Cultural do Paraná, mas foi apenas em 1938 que os primeiros bens passaram a ser tombados, como a Fortaleza da Ilha do Mel, a Igreja Matriz de Guaratuba e a Casa Coronel Lacerda na Lapa (TOMAZ, 2011).

Em um estudo realizado sobre o processo de patrimonialização do norte do estado do Paraná, mais especificamente em cidades novas, Colasante e Calvente (2012) ressaltam que há uma concentração de bens patrimoniais tombados na região do Paraná Tradicional (centro-sul e sudeste do estado), região esta que tem sua ocupação datada de meados do século XVII e que possui grande representatividade na história oficial do estado. Já na região norte do estado existem apenas sete municípios com bens tombados até o momento, cuja fundação se deu a partir do início do século XX: Jacarezinho, Ribeirão Claro, Santo Antônio da Platina, Joaquim Távora, Londrina, Maringá e Ibiporã. Neste momento vamos conhecer um pouco sobre a memória e patrimônio nos municípios de Ribeirão Claro e Londrina, já que ambos compõem a Rota do Café.

Ribeirão Claro é um pequeno município de 10.500 habitantes localizado no Norte Pioneiro que possui sua história estreitamente vinculada à cafeicultura. O IPAC/LDA (Inventário e Proteção do Acervo Cultural de Londrina) realizou um projeto de pesquisa e extensão que buscou compreender como a população reconhece o patrimônio local e também como o ressignifica. Além das fazendas que apresentam em sua paisagem marcas do período áureo do café, o município possui um casario (casas antigas e alguns sobrados) expressivo que marcou o início deste século, como detalhado em Cernev (1995, p. 124):

As fachadas das casas antigas apresentam detalhes que instigam o observador a pensar na história da acolhedora cidade e o modo de vida de seus habitantes, que vivem no seu cotidiano, o encontro do passado com o presente. A presença do asfalto e de algumas construções mais recentes ainda não conseguiram apagar as marcas gravadas na arquitetura do início do século, protegidas por uma paisagem montanhosa e bucólica do mundo rural que se avizinha do pequeno núcleo urbano.

Estes bens culturais identificados pelo IPAC/LDA não fazem parte das políticas patrimoniais oficiais, mas são relevantes para a população por fazer parte da memória coletiva. Levando em consideração que Ribeirão Claro é o segundo município com maior número de empreendimentos vinculados à Rota do Café, é importante que a memória e o patrimônio local sejam apresentados aos visitantes como forma de conhecer a história local e vivenciar um núcleo urbano que possui características rurais. Além do casario e das fazendas de café o município apresenta outros atrativos (tanto naturais quanto culturais) e um deles é a ponte pênsil Alves Lima, cuja construção é datada do início da década de 1920 e foi uma forma de facilitar o transporte da produção cafeeira entre Paraná e São Paulo. Por sua importância para o desenvolvimento econômico da região a ponte foi tombada em 13 de novembro de 2001 pelo tombamento estadual (PARANÁ, 2017).

Yamaki (2008), cujos estudos se concentram no patrimônio cultural de Londrina, salienta que por muito tempo Londrina conviveu com a ideia de que a demolição e a reconstrução eram símbolos de otimismo, dinamismo e modernidade. Cesário, Almeida e Maia (1996, p. 60), pesquisadoras da memória coletiva e patrimônio de Londrina, exemplificam o processo que sempre ocorreu na cidade:

As construções, tanto as de madeira quanto as de alvenaria, inclusive as mais suntuosas - embora algumas delas estejam presentes e reutilizadas -, em sua maioria, cedem lugar a arranha-céus exuberantes, anunciando uma modernização que transforma a organização do espaço e as relações sociais.

Por ser considerada uma cidade nova (em dezembro de 2017 a cidade completou 83 anos) e pela ideia de patrimônio ainda estar bastante relacionado no imaginário da população a relíquias, monumentos históricos e grandiosos ou mesmo particularidades da cultura “do outro”, é que torna-se mais difícil a efetiva conservação

dos bens patrimoniais locais. Por este e outros motivos, o autor organizou um Guia do Patrimônio Cultural de Londrina, no qual aborda edificações de bairros tradicionais da cidade, caminhos históricos e paisagens importantes para reconhecer, reafirmar e lançar novos olhares sobre o patrimônio local.

Quando se trata de conservação da memória e patrimônio, este processo é um tanto paradoxal. Segundo Freire e Pereira (2005), se de um lado temos uma verdadeira eliminação do passado (com a demolição de construções históricas importantes para a memória), de outro há muitas vezes o excesso de apelos históricos, tanto no discurso comum quanto político, que demonstra uma crise de identidade. Na França, segundo as autoras, isso tem se traduzido em “[...] uma série de ‘políticas públicas da memória’, quer dizer, em formas públicas de gestão do passado que tentam, a um só tempo, levar em conta essa necessidade de história e contribuir para a formação de um imaginário coletivo do passado” (FREIRE; PEREIRA, 2005, p. 122).

Como forma de impulsionar a conservação da memória londrinense (em se tratando de bens materiais e imateriais), em Londrina foi sancionada a lei nº 11.188, de 19 de abril de 2011 que, dentre outros itens, “Dispõe sobre a Preservação do Patrimônio Cultural do Município de Londrina, criando os processos de listagem de bens de interesse de preservação e o processo de tombamento municipal [...]” (LONDRINA, 2016a, s/p).

Por meio do COMPAC (Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural), são realizados estudos em busca da proteção do patrimônio londrinense e discussões sobre a melhor forma de registro. De acordo com esta lei, são instrumentos de proteção a “Listagem de Bens de Interesse de Preservação” e o “Tombamento”. Até o presente momento temos, pelo tombamento municipal, o prédio da antiga Casa da Criança, situado na Praça Primeiro de Maio e consta na listagem de bens de interesse de preservação a expressão “Pé Vermelho”, ambos registrados na data de 22 de dezembro de 2016. O município também já conta com alguns locais protegidos pelo tombamento estadual: Estação Rodoviária de Londrina (atual Museu de Arte), Praça Rocha Pombo, Cine Teatro Ouro Verde e o Palacete dos Garcia (LONDRINA, 2017). A criação dos conselhos são iniciativas para aumentar a participação da sociedade nas decisões relativas à proteção dos bens culturais (ZANIRATO, 2009).

A aprovação desta lei em Londrina é um marco importante para a institucionalização dos bens voltados à identidade e memória londrinense. Mas sabe-se que há mais tempo existem grupos já pesquisando e buscando a valorização do patrimônio cultural local, como o projeto “Educação Patrimonial em Londrina”, que desde 2005 desenvolve ações por uma equipe multidisciplinar de profissionais a partir da iniciativa da Secretaria Municipal de Cultura/Diretoria de Patrimônio Artístico e Histórico-Cultural; e também o IPAC/LDA, vinculado à UEL, que desde 1986 desenvolve uma política de conhecimento e intervenção no patrimônio material e imaterial na região Norte do Paraná. Há outras iniciativas que também envolvem direta e indiretamente outros grupos e entidades locais como o SESC, a ACIL, projetos de ensino, pesquisa e extensão de instituições de ensino superior particulares, órgãos de classe, entre outros. Conforme salienta Pelegrini (2009, p. 31-32):

[...] a proteção do patrimônio [...] está diretamente vinculada à melhoria da qualidade de vida da população, pois a preservação das memórias e das identidades é uma demanda social tão importante quanto qualquer outra atendida pelo serviço público.

Outro processo que possibilita a conservação do patrimônio local é pela refuncionalização de certos espaços urbanos. Mas este processo de revitalização, revalorização e refuncionalização deve contemplar vários segmentos da sociedade, ser pensada tanto para seus habitantes como também para os visitantes e não ser *locus* de segregação. A cidade só será boa para o turista quando for boa para seus moradores. Luchiari (2005a) ao discutir como este fenômeno pode ter entraves na sua relação com a população local, menciona os casos de Recife e Salvador. Em Recife, a área do cais era degradada, abrigando a zona de prostituição em meio aos prédios históricos deteriorados e, com o projeto de revalorização, as edificações foram restauradas e passaram a ser desenvolvidas atividades turísticas, como bares e restaurantes. Já em Salvador, mesmo sendo referência em restauro e recuperação da arquitetura colonial, analisando do ponto de vista da refuncionalização é segregador, pois a população tradicional do Pelourinho foi expulsa do local.

É relevante que os grupos voltados à proteção do patrimônio local, especialistas na área, continuem disseminando a ideia de valorização dos bens culturais locais, em busca do reconhecimento e da ressignificação e que estes

trabalhos estejam voltados a várias faixas etárias, entidades e espaços da cidade. Mas, mais do que a valorização e promoção dos bens culturais, é fundamental organizar momentos de formação de multiplicadores, pois facilita a difusão de ações conservacionistas. Não se trata apenas da complementação na formação dos professores, mas também de outros atores sociais, que podem agir em outras instâncias: associação de moradores, de comerciantes, de agricultores, de mulheres, igrejas e ONGs, entre outros.

Quando tratamos de Educação Patrimonial formal, logo vem em mente o espaço da escola, com atividades interdisciplinares, que normalmente envolvem alunos, professores e o corpo técnico-administrativo da instituição. A inserção destes temas é fundamental para que a valorização do patrimônio faça parte do cotidiano escolar, mas que também ultrapasse seus muros. É preciso desmistificar a ideia já arraigada de que ao se tratar de patrimônio cultural estamos falando apenas de sítios arqueológicos, arquitetura, museus ou mesmo objetos e construções históricas, mas também, “[...] os bens que conferem identidade aos cidadãos abrangem também as experiências vividas, [...] formas de expressão diversificadas [...], celebrações, modos de usar os bens, os espaços físicos e o meio ambiente” (PELEGRINI, 2009, p. 37).

A educação para a valorização do patrimônio no cotidiano se concretiza quando os alunos se apropriam ou se envolvem afetivamente com os bens culturais, reconhecendo o patrimônio em diferentes escalas: primeiro o da escola, depois o da sua casa/família, depois o do bairro, da cidade, do estado e assim por diante. Em Londrina, o projeto “Educação Patrimonial” vem sendo desenvolvido desde 2005 com a participação de diversas entidades voltadas à conservação do patrimônio local. Este projeto nasceu das discussões realizadas na Diretoria de Patrimônio Artístico e Histórico-cultural da Secretaria Municipal de Cultura com profissionais de diferentes áreas e desde então realiza cursos, oficinas, roteiros, trilha interpretativa, publicação de livros e cartilhas distribuídas em escolas, realização de eventos, entre outras ações que visam disseminar a sensibilização para a valorização do patrimônio (ZANON; MAGALHÃES; BRANCO, 2009).

Quando da participação em oficinas de Educação Patrimonial deste projeto em uma escola municipal de um bairro da periferia de Londrina (em 2010), o principal questionamento era: como sensibilizar as crianças/adolescentes para o patrimônio da

cidade (construções históricas, museus etc., localizados na área central da cidade), se as mesmas não reconheciam o que havia de importante em seu bairro, depredavam o patrimônio escolar e nunca tinham se deslocado até o centro da cidade?

A busca pelo desenvolvimento de uma educação patrimonial transformadora tem como princípios: “A necessidade do reconhecimento de seu contexto imediato [...], indo além do patrimônio oficial [...]. Foco na apropriação e interpretação [...]. Valorizar as narrativas capazes de articular tensões entre o universal e o singular, o local” (ZANON; MAGALHÃES; BRANCO, 2009, p. 51).

Mas não é apenas o espaço de educação formal que deve abranger a Educação Patrimonial, mas também tratar da educação não-formal em diferentes ambientes que proporcionem outras formas de socialização, pois:

[...] capacita os indivíduos a se tornarem cidadãos do mundo, no mundo. Sua finalidade é abrir janelas de conhecimento sobre o mundo que circunda os indivíduos e suas relações sociais. Seus objetivos não são dados a priori, eles se constroem no processo interativo, gerando um processo educativo. (GOHN, 2006, p. 29)

Até aqui tratamos da importância da valorização dos bens patrimoniais para a população local. Mas a educação para o patrimônio também pode ser desenvolvida por meio da atividade turística.

Cidade de frente de colonização, a Londrina multicultural poderia aproveitar melhor a história heroica gravada em seu imaginário. Saber valorizar os caminhos históricos, horizontes e paisagens. Não aos holofotes desta ou daquela obra instantânea milagrosa, mas a regeneração através da preservação sensível das atmosferas dos bairros tradicionais, das construções vernaculares, da paisagem. Uma cidade atrativa, harmoniosa e com vitalidade, onde as pessoas tenham histórias para contar e orgulho de mostrar os lugares em que vivem (YAMAKI, 2008, p. 13).

O trecho acima trata da cidade de Londrina, que neste trabalho faz-se importante por ser a sede da Rota do Café, cidade mais populosa do norte do Paraná, polo econômico regional e cuja história está intimamente relacionada ao café. A ressignificação de suas memórias não é apenas relevante para a construção da identidade do povo londrinense (ou dos norte-paranaenses), mas também a

possibilidade de desenvolvimento da atividade turística por atrativos culturais dos municípios da região norte do Paraná que também têm em suas raízes os vínculos com o café.

Via de regra a atividade turística pode propiciar o enriquecimento cultural por meio do contato entre diferentes realidades: sensações, experiências, ambientes e paisagens, ou seja, uma vivência diferente da habitual. Isto acontece desde que o turismo seja “[...] implementado com muito cuidado, pois deve procurar revalorizar o cotidiano da localidade e não inventar uma manifestação cultural para mostrar ao turista” (BATISTA, 2005, p. 31).

As análises em relação ao turismo e conservação do patrimônio são paradoxais, pois há autores que colocam a atividade turística como causadora de descaracterização da população em relação aos seus hábitos e costumes etc. Outros já enfatizam os efeitos positivos do turismo sobre os elementos da cultura local, como estimulador da existência e reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, revitalizando também atividades tradicionais de locais em declínio, utilizando-se de antigas instalações para novas funções, buscando manter a estrutura e características tradicionais.

Mas, frente a isso, Barreto (2000) questiona: há alguma manifestação humana atualmente que não se transforme, de alguma maneira, num bem de consumo? O que é possível atingir é a minimização dos impactos causados, evitando a mercantilização desvairada da cultura, entre os quais se pode incluir a não padronização dos bens culturais e o bem estar da população local por meio do desenvolvimento e a valorização das particularidades locais e da educação patrimonial e ter sempre em mente o sentido que as manifestações culturais têm para o grupo que a vivencia. O desenvolvimento por meio da valorização da cultura local é salientado por Fonseca (2003, p. 48):

A noção de patrimônio como recurso para o desenvolvimento é uma construção recente e está intimamente associada à especificidade que lhe permite fazer do espaço onde se localiza um lugar diferente de todos os outros, transformando-o numa atração turística que combina elementos tão diferenciados como a arquitetura, o artesanato, a gastronomia, as festas, as crenças, os modos de vida tradicionais e outros bens não materiais que lhe são associados, ensejando a experiência da descoberta, de exotismo, de auto-realização e de evasão do cotidiano.

É de extrema relevância que, nas localidades em que se desenvolve o turismo, haja um olhar mais cuidadoso para a interpretação do patrimônio ali presente, em busca da democratização do conhecimento. Como salienta Freire e Pereira (2009, p. 127-128): “O ambiente interpretado convida e facilita ao visitante chegar mais perto, experimentar, interagir, conhecer, aprovar ou criticar a dinâmica cultural daquele contexto”.

É a partir destas possibilidades que a memória, o patrimônio e as paisagens proporcionam como atrativos para o turismo que no próximo capítulo vamos conhecer a Rota do Café – norte do Paraná.

3 PAISAGENS DO CAFÉ: UM ESTUDO SOBRE A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ

Além da diversidade de povos, culturas e paisagens, o Brasil é um grande produtor de alimentos e possui uma grande diversidade na produção do café. O país tem condições climáticas que favorecem o cultivo do café em 15 regiões produtoras e, devido à sua diversidade de clima, relevo e tipos de solo, é possível o cultivo destes grãos com variados padrões de qualidade e aromas, entre as duas espécies cultivadas, o café Arábica e o café Conilon.

Principalmente a partir do século XIX, o Brasil passa a ter um dinamismo a partir de um mercado consumidor mundial à espera da produção cafeeira do país que passou a ser destaque nas regiões tropicais, devido às condições climáticas e morfológicas. Na década de 1810, por exemplo, o país chega a apresentar um grande desenvolvimento da produção, com 75% da produção mundial (ROSANELI, 2013).

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).

3.1 A CULTURA CAFEIEIRA NO BRASIL

Milton Santos e Maria Laura Silveira (2005) relatam a realidade vivida pelo Brasil a partir da década de 1960, quando se intensifica a modernização da agricultura brasileira, com inovações técnicas e organizacionais (sementes geneticamente modificadas, agroquímicos, culturas de entressafra, créditos públicos específicos etc), criando um novo uso do tempo e da terra. Criam-se “cinturões” (áreas especializadas de produção) e fronteiras agrícolas que passaram a privilegiar as culturas de exportação (como soja, milho e trigo, por exemplo), em detrimento das culturas

vinculadas à alimentação básica tradicional (arroz, feijão e mandioca, só para citar alguns). Inclusive os autores tratam de uma “modernização em manchas”, com áreas descontínuas e especializadas em certos produtos, ocorrendo um “[...] conflito velado entre a agricultura de exportação e a agricultura para o mercado interno [...]” (SANTOS; SILVEIRA, 2005, p. 120).

Nesta época, nas regiões tradicionais o café perde consideravelmente o volume de produção para outras culturas de maior destaque mundial, sendo que em 1960 a produção nacional era de aproximadamente 4 milhões de toneladas, passando para 2 milhões em 1980.

Até a década de 1940, o café quase se restringia aos estados de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro e Paraná, concentrando cerca de 96% dos hectares destinados a este produto. Entre as décadas de 1940 e 1960 o Paraná se destaca com o aumento da área de produção (passando de 5,27% para 30,22% da área total do país).

Porém, a partir da década de 1970 há um veloz decréscimo na área plantada do estado do Paraná, em favor de outros produtos, o que acontece também com o estado de São Paulo, dois estados tradicionalmente produtores de café. Em paralelo a isso, a partir desta década, outras frentes pioneiras (como Rondônia, oeste da Bahia, algumas áreas de Mato Grosso, Goiás e Pará) incorporam-se à produção nacional, sendo que diferentes condições de ordem natural (solo, clima e relevo, por exemplo), técnicas (máquinas, logística, tecnologia aplicada, entre outras) e organizacional (impostos, normas regulatórias locais etc) conferem, a cada região, uma produtividade espacial específica (SANTOS; SILVEIRA, 2005).

Nos estados de Espírito Santo e Minas Gerais, apesar de produzirem café desde a segunda metade do século XIX, foi a partir da década de 1970 que estes passaram a ser grandes produtores, pois as lavouras se espalharam por áreas de cerrado (Minas Gerais e oeste baiano em seguida) e áreas montanhosas (sul de Minas e Espírito Santo). Este processo se dá por dois principais fatores: expansão da fronteira agrícola moderna e política de renovação da cafeicultura (FREDERICO, 2014).

Segundo Ortega e Jesus (2011) com o objetivo de erradicar os cafezais considerados de baixa produtividade de regiões tradicionais sujeitas a geadas (como o norte do Paraná e o oeste de São Paulo) e a implantação de novas variedades em áreas consideradas mais apropriadas, foi implementado o Plano de Renovação e Revigoração dos Cafezais (PRRC), como parte da política de modernização da cafeicultura brasileira, iniciada em 1969.

Até o final da década de 1990 existiam várias organizações que regulavam o mercado cafeeiro mundial, como a Organização Internacional do Café (OIC). Por meio delas a produção cafeeira então era regida por acordos, como os Acordos Internacionais do Café (AIC), estipulados entre países produtores e importadores com o objetivo de definir preços, cotas de exportação e importação e quantidade de estoques.

Porém, desde o início da década de 1990, a cafeicultura nacional passou a conviver com o processo de desregulamentação do setor. O fim dos acordos, em 1989, causou uma instabilidade internacional e representou o início de uma disputa entre países e regiões produtoras, em busca de maior representação na comercialização do grão (FREDERICO, 2014). Nesta época, muitos institutos nacionais do café foram extintos (a exemplo do instituto brasileiro em 1990) e os preços pagos pelo café tiveram uma queda brusca. Segundo Frederico (2014, p. 57-58):

Contribuíram para a baixa dos preços: a extinção dos estoques reguladores em poder dos países produtores, e sua transferência para as *tradings*, localizadas nos países importadores; e o aumento da competitividade entre os países e regiões produtoras, que sem nenhum tipo de acordo coletivo deflagraram uma verdadeira guerra pelo aumento da produtividade, da quantidade produzida e do volume de café exportado.

Considerando que as *tradings* são empresas comerciais que atuam como intermediárias entre produtores e compradores por meio de operações de exportação e importação, neste caso, de café, a busca por melhor produtividade e poder de comercialização do café passa a ser cada vez mais acirrado, além de que, grande parte das vezes, há baixa participação dos produtores no valor final do produto.

A partir daí a produção cafeeira passa a se reerguer, mas com características diferentes de períodos anteriores, considerada por Frederico (2014) como cafeicultura científica globalizada. Em sua análise, Frederico salienta que a modernização e a expansão agrícola têm levado as regiões a se especializarem, conferindo uma maior eficiência produtiva, com intuito de serem competitivos no mercado internacional.

No Brasil, podem-se perceber as diferenças regionais em relação à cafeicultura. Segundo pesquisa deste autor (FREDERICO, 2014), as duas grandes áreas de produção de café no país (cafeicultura de cerrado e a cafeicultura de montanha) são bastante diferentes tanto em termos de características naturais, quanto em relação ao tamanho das propriedades, à aplicação de tecnologia, ao uso de maquinário e insumos agrícolas (inversamente proporcional à quantidade de mão de obra empregada), entre outros. Frederico estudou as quatro regiões de maior destaque atualmente na produção nacional: cerrado mineiro, oeste da Bahia, sul de Minas e montanhas capixabas.

No cerrado mineiro predominam as médias e grandes propriedades, com uso intensivo de sistemas técnicos agrícolas e o café possui um dos maiores preços pagos ao produtor por saca. Frederico (2014, p. 62) enfatiza que “Além da qualidade material do café produzido, a forte organização dos produtores tem papel central na obtenção de preços relativamente elevados para o café”. No estado de Minas Gerais como um todo (e em especial esta região) há um grande número de associações e cooperativas de produtores, que pode ser considerada como uma característica relevante para seu destaque competitivo frente às demais regiões produtoras brasileiras.

Já o oeste da Bahia destaca-se por ter poucos municípios com produção de café e as propriedades estão vinculadas a grandes produtores (produtores individuais, vindos de famílias tradicionais da cafeicultura paranaense e paulista), ou grupos empresariais nacionais e internacionais. A cafeicultura desta região possui a maior produtividade média dentre as demais, por altos investimentos e uso intenso de tecnologia aplicada ao processo produtivo.

O sul de Minas, atualmente maior região brasileira produtora de café, tem predomínio de pequenas propriedades, uma variedade considerável de sistemas técnicos aplicados ao manejo do café, uso intensivo de mão de obra (principalmente

na colheita) e se destaca pelo grande número e importância dos centros de pesquisa e extensão rural dedicado à cafeicultura.

Nas montanhas capixabas (o Espírito Santo é o segundo estado com maior produção cafeeira), local onde é produzido tanto as variedades de café Arábica quanto o de café Conilon (principal produtor nacional desta variedade), há o predomínio das pequenas propriedades familiares, com um volume grande de geração de empregos diretos. Porém apresentam os menores índices produtivos e qualitativos dentre as regiões produtoras de Arábica no território brasileiro, resultando em preços baixos recebidos pelos produtores locais.

Frederico (2014) ainda explica que houve fatores que contribuíram para a expansão e a consolidação da cafeicultura nas áreas de montanha a partir da década de 1970: fatores climáticos adversos (geadas no Paraná e São Paulo); a elevação da renda da terra e a concorrência com outras culturas (como a soja, cana-de-açúcar e laranja) que contribuíram para a diminuição da produção cafeeira nestes estados; assim como condições naturais favoráveis de clima, solo, relevo e disponibilidade de água, preço da terra relativamente baixo, disponibilidade de mão de obra e apoio técnico e financeiro de políticas estatais. Estes fatores explicam a diminuição da produção cafeeira do Paraná e o seu destaque para as regiões de altitudes mais elevadas.

Em 2015 o Brasil manteve sua posição de maior produtor e exportador mundial de café (tabela 01), com destaque para o estado de Minas Gerais (quadro 01), seguido de Espírito Santo. A produção de café brasileira tem sido expressiva tanto para exportação quanto para o consumo interno (CECAFÉ, 2017). Segundo uma pesquisa solicitada pela ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café), em parceria com o Consórcio Pesquisa Café e coordenado pela Embrapa Café, realizada no período de novembro de 2013 a outubro de 2014, o café é a segunda bebida mais consumida no Brasil (em primeiro lugar, a água) (EMBRAPA, 2015).

Tabela 01 – Principais países produtores de café

Principais Países Produtores de Café				
2015 - em milhões de sacas				
Produtor	Produção	%	Exportação	%
Brasil	43,2	30,2	37,1	33,5
Vietnã	27,5	19,2	20,2	18,2
Colômbia	13,5	9,4	12,3	11,1
Indonésia	11,0	7,7	6,6	6,0

Fonte: Conab, 2017.

Quadro 01 – Produção nacional de café

PRODUÇÃO NACIONAL DE CAFÉ		
Em mil sacas beneficiadas		
UNIDADE DA FEDERAÇÃO / REGIÃO	2016	2017 (¹)
NORTE	1.642,0	1.884,7
RO	1.723,9	1.626,9
AM	6,0	7,9
PA	9,1	6,8
NORDESTE	2.093,3	2.852,0
BA	2.093,3	2.852,0
Cerrado	345,6	290,1
Planalto	921,6	724,2
Atlântico	826,1	1.837,7
CENTRO-OESTE	352,2	344,4
MT	125,4	156,4
GO	226,8	188,0
SUDESTE	46.069,9	39.121,2
MG	30.724,1	25.703,2
Sul e Centro-Oeste	16.627,7	13.265,7
Triângulo, Alto Paranaíba e Noroeste	7.401,6	4.541,8
Zona da Mata, Rio Doce e Central	6.081,9	7.273,5
Norte, Jequitinhonha e Mucuri	612,9	622,3
ES	8.967,4	8.795,0
RJ	347,4	249,1
SP	6.031,0	4.374,0
SUL	1.047,0	1.265,0
PR	1.047,0	1.265,0
OUTROS	164,8	96,0
NORTE/NORDESTE	3.735,3	4.736,7
CENTRO-SUL	47.469,1	40.730,6
BRASIL	51.369,2	45.563,2
Legenda: (¹) - Estimativa em maio/2017.		
Fonte: Conab, 2017.		

Para compreender o desenvolvimento da economia do Paraná alicerçado na cultura cafeeira, mais especificamente da região norte do estado, é importante mencionar sua história e ocupação.

3.2 A CULTURA CAFEIEIRA NO PARANÁ

Almeida (1981) ao traçar uma evolução histórica e econômica do Paraná, menciona que a ocupação territorial do estado se fez concomitantemente com sua exploração econômica a partir do século XVI. Duas correntes colonizadoras, a portuguesa pelo litoral e a espanhola pelo Oeste, foram responsáveis pelos primeiros povoamentos. No final do século XVI a atividade mineradora (ouro) se expande e a ocupação do território é mais intensa, com a fundação de núcleos em Paranaguá, Antonina e Curitiba. Junto com a mineração, uma agricultura incipiente começa a despontar com o intuito de abastecer os povoados.

Nas últimas décadas do século XVII, quando o ouro se esgota, a agricultura de subsistência toma mais áreas do território até então ocupado. No final do século XVII e início do século XVIII Minas Gerais torna-se um polo atrativo por conta do ouro descoberto na região. Para ser escoada a produção até os centros exportadores necessitava-se de transporte de cargas, que na ocasião era o lombo dos animais (principalmente muare), estimulando o comércio de animais. Desta forma, outra atividade começa a se tornar importante no planalto paranaense: a pecuária, multiplicando as fazendas de criação. A atividade foi destaque no Paraná até 1881, entrando em declínio e, após um período de estagnação, outro produto agrícola passa a se destacar na região, o mate, planta nativa do sul do Paraná, com objetivo de exportação para o mercado argentino e chileno (ficando até 1914, quando há um declínio em sua rentabilidade, pois o Paraguai entra para competir no mercado). Em meados do século XIX, outra atividade também importante foi a extração de madeira que, desde o início da colonização, serviu para abastecer o mercado interno, dada a vasta floresta de araucárias.

Até a década de 1930 o Paraná ainda possuía uma economia periférica e dependente de São Paulo. A partir daí é que o estado vê um novo surto de

crescimento: o café transforma o perfil da economia e também a estrutura de ocupação territorial. E é também a partir deste período que o norte do estado alcança significado na economia, com a agricultura do café. Segundo Almeida (1981), a evolução de toda a região norte se confunde, muitas vezes, com a evolução da economia cafeeira. Como também salienta Padis (2006, p. 130), “[...] A ocupação da parte norte do território paranaense tem uma história, em grande parte, comum à da evolução da cafeicultura [...]”.

Pela forte influência da realidade paulista, Cancian (1981, p. 13) menciona que “A cafeicultura paranaense é continuação da ‘marcha para o Oeste’ dos paulistas, que sempre à procura de perspectivas de lucro adentraram o Paraná quando suas terras já estavam se tornando escassas ou supervalorizadas [...]”.

A ocupação mais efetiva do território do norte do Paraná se dá ao final do século XIX, na área onde hoje se localizam os municípios de Jacarezinho, Santo Antônio da Platina, Cambará etc (chamado de Norte Velho ou Pioneiro). Pela estreita ligação com São Paulo, paulistas e mineiros passaram a ocupar estas áreas com o objetivo de formar fazendas para o cultivo do café. O estado de São Paulo encontrava-se, neste período, já em declínio nas áreas tradicionais produtoras, enfrentando problemas de esgotamento do solo, doença nos cafezais e urbanização. Principalmente o Norte Pioneiro apresentava ótimas condições para o desenvolvimento desta atividade: fertilidade do solo, terras ainda a serem ocupadas, preços baixos e apoio do governo a empresas particulares com o objetivo de sistematizar a ocupação (já que até então dava-se de forma desordenada) (ALMEIDA, 1981). Segundo Padis (2006, p. 139), “Tão rápido e desordenado era então o movimento ocupacional do norte do Estado que o presidente provincial, já em 1892, preocupava-se com estabelecer algumas normas reguladoras dessa ocupação”.

Dos empreendimentos colonizadores que se instalaram na região norte do Estado, o mais notável foi a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná, na origem de capital inglês. A ideia inicial deste grupo saindo da Inglaterra com destino ao Brasil foi investir em atividades agrícolas brasileiras. Após visitar várias regiões do país, ao conhecer terras paranaenses, comprou extensas áreas de terras para instalar fazendas de algodão e máquinas de beneficiamento de café, organizando assim em Londres a *Brazil Plantations Syndicate Ltda*. Não houve sucesso no plano inicial,

então criaram um empreendimento imobiliário, a *Paraná Plantation*, cuja subsidiária brasileira se chamou Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP) (ALMEIDA, 1981; PADIS, 2006; HOFF, 1991; CESÁRIO, 1991). A CTNP é apontada como “[...] a que maior influência exerceu na área hoje conhecida como Norte Novo do Paraná” (CESÁRIO, 1991, p. 42). O sucesso da colonização foi tão grande que, na década de 1930, outro projeto foi iniciado, na região chamada de Norte Novíssimo. Além desta companhia, outras duas foram importantes para a ocupação da região Norte do Paraná (ambas de capital japônês): a *Brazil Tokushoku Kaisha* e a *Nambeï Tochikubushiri*, onde hoje estão os municípios de Assaí e Uraí. Porém, nestes dois casos o foco não era o plantio do café, mas sim do algodão (PADIS, 2006).

Importante salienta que, segundo Cesário (1991), um dos fatores que distinguiu a ocupação do Norte Novo em relação ao Norte Velho foi seu caráter induzido. O território do Norte Novo, terras adquiridas pelas companhias colonizadoras, foi dividido em zonas de ocupação e tinha o apoio do governo do estado. Estas zonas foram divididas em glebas, buscando-se também a instalação de núcleos de apoio às propriedades rurais (chamados de “patrimônios”), não distando mais de 15 quilômetros entre uma propriedade rural e um patrimônio. Esta forma de ocupação contribuiu com a rápida urbanização do Norte Novo, com a formação de uma rede urbana com cidades muito próximas umas às outras que desenvolveram funções administrativas e de serviços diversificados.

Cesário (1991, p. 44) ressalta também a dinâmica diferenciada do Norte Novo em relação ao Norte Velho quando se trata da produção e do beneficiamento do café:

[...] Os sítios e bairros rurais como unidades importantes para a organização da produção e do modo de vida rural, e também a separação entre produção e transformação na cafeicultura, uma vez que a segunda se processará nos núcleos urbanos, diferentemente do Norte Velho, onde o beneficiamento, na maioria das vezes, se dava na própria fazenda, que contava com equipamentos para a primeira transformação do café.

As marcas da cafeicultura deixadas nas paisagens das propriedades rurais de Ribeirão Claro confirmam a dinâmica da cafeicultura no Norte Velho, por exemplo, na Fazenda Monte Bello é possível encontrar na mesma propriedade todos os equipamentos utilizados desde o plantio, até a colheita e beneficiamento do café, ou

seja, o processamento ocorria por completo na fazenda. O patrimônio material presente permite registrar a memória do café pelo que se vivenciou naquela localidade.

Cancian (1981) ao investigar a história do café no Paraná, assinala três conjunturas: 1906-1929, quando a produção do café é incentivada; 1930-1944, quando a produção retrai por conta da depressão mundial e depois pelos efeitos da Segunda Guerra Mundial; e 1945-1970, quando a cafeicultura volta a se dinamizar pelos altos preços até chegar a década de 1970 e, pelo efeito da superprodução e pelos preços baixos devido ao incentivo a outras culturas, iniciam-se os programas de erradicação dos cafezais com objetivo de racionalizar a cafeicultura.

Com a divulgação da cultura cafeeira e das terras do norte do Paraná, mais pessoas passam a investir na região, já que em São Paulo se encontravam muitos cafeeiros velhos que produziam a custos elevados.

Para o sucesso da ocupação da região e incremento na produção, foi necessário o investimento em estradas, que ligassem o estado de São Paulo às terras adquiridas pelas companhias e colocadas à venda. Para incrementar ainda mais a produção e viabilizar preços mais competitivos, em 1924 são iniciados os primeiros trabalhos de implantação de uma ferrovia ligando o norte do estado ao porto de Paranaguá. Nesta época já havia uma ligação do norte do Paraná com a estrada de ferro Sorocabana, indo até Ourinhos (CANCIAN, 1981). Como salienta Padis (2006, p. 144), “A estrada de ferro e a rodovia estendiam-se quase paralelamente, [...] entrelaçando numerosos núcleos urbanos que iam surgindo rapidamente, pouco distanciados uns dos outros”.

Apesar das dificuldades conjunturais no país, o Paraná procurou atrair o café, pois era o produto que mais representava divisas e era o produto agrícola mais defendido pelo governo na época. Os cafeeiros plantados no Paraná, diferentemente de São Paulo, não se especializaram em monocultura de grandes propriedades. Desenvolveu-se em pequenas e médias propriedades que, além do café, também investiam em pastagens, algodão e lavouras temporárias (CANCIAN, 1981; PADIS, 2006). Além disso, o proprietário (antigo colono) e a família eram parte da mão-de-obra empregada que trabalhava na terra, diminuindo os custos de produção. E mesmo

para os casos de propriedades um pouco maiores, tinham pequeno número de colonos ou parceiros. Segundo Cancian (1981, p. 46-47),

Todo Norte do Paraná foi dominado por verdadeiro mar de cafezais, até meados da década de 1960, quando por efeito, de um lado da queda dos preços do café face a superprodução e por outro, da ação governamental com programas de diversificação agropecuária e industrial, foi se acentuando a diversidade da exploração da terra.

Padis (2006, p. 154) também relaciona o tamanho das propriedades e forma de trabalho empregado com o tipo de economia desenvolvida na região:

De dimensões limitadas, as áreas a serem cultivadas exigiam um volume de capital relativamente modesto e, em muitos casos, a força de trabalho da família era suficiente para atender às necessidades de cultivo. Dessa forma, foi bastante fácil e rápido o desenvolvimento de uma economia agrícola na região.

No investimento em outros produtos agrícolas, concomitante à cafeicultura, destacou-se também o algodão, milho, feijão, arroz e cana-de-açúcar, entre outros. A expansão do plantio de milho, feijão e arroz, segundo Padis (2006) nesta região esteve sempre vinculada ao incremento da cafeicultura, pois estas culturas se desenvolveram intercalares ao café, pelo sistema de empreitada. Segundo o autor:

Pode-se mesmo dizer que essas atividades passaram a integrar, normalmente, os contratos de trabalho com o colonato do café. Embora o norte do Paraná se tenha notabilizado porque desenvolveu a cafeicultura em propriedades pequenas e médias, não se deve estranhar a existência do colonato: ele é resultado das grandes levas migratórias, procedentes do Nordeste do Brasil. A produção desses bens, de forma intercalar, representa, em grande parte, a parcela não-monetária da remuneração percebida pelo colonato (PADIS, 2006, p. 157-158).

O colono, junto com sua família, recebia uma remuneração fixa para manter a lavoura limpa, prepara-la para a colheita e outros serviços fora da lavoura, como conserto de cerca, roçagem etc, além do direito ao plantio de culturas intercalares. Como explica Pozzobon (2006), para o colono de café das fazendas paulistas e paranaenses utiliza-se essa nomenclatura, relacionada ao sistema de trabalho. O

contrato era feito por “enxadas”, ou seja, de acordo com o número de pessoas da família aptas a trabalhar. Sendo assim, o termo “colônia”, neste caso, está relacionado ao conjunto de casas individuais ou geminadas existentes nas fazendas de café. No final do contrato, caso tivesse conseguido “juntar suas economias”, o colono tinha a possibilidade de adquirir terras, tornando-se “sitiante”.

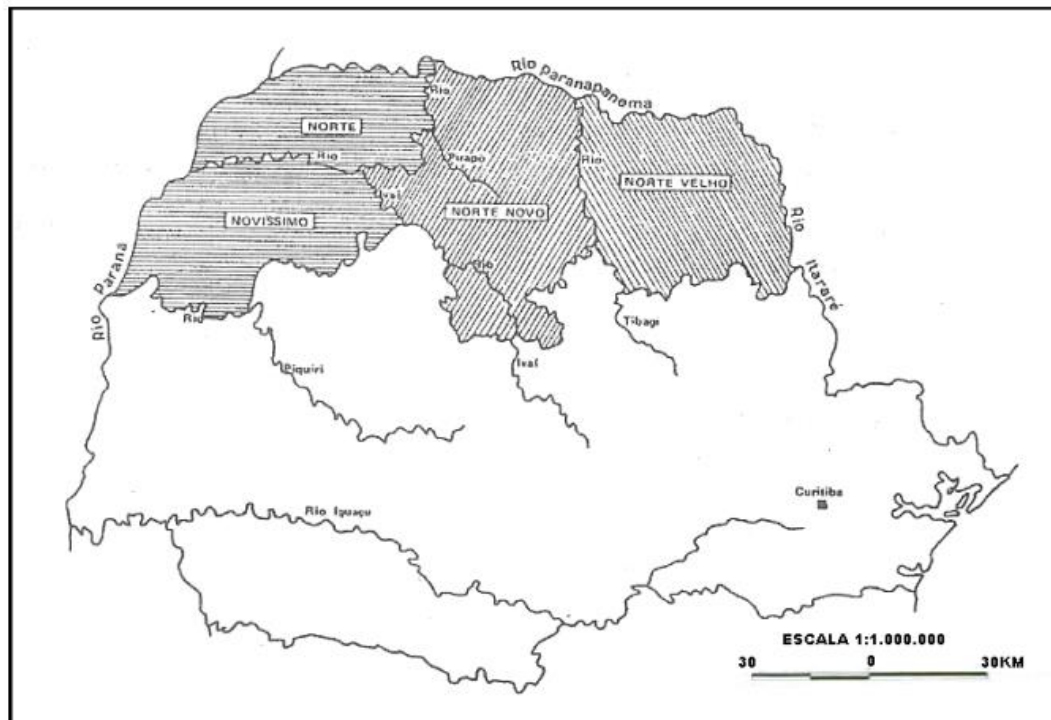
Enquanto o sistema vigorou, as casas da colônia permaneciam cheias, os “paióis” abarrotados, os porcos na ceva, os terreiros povoados e havia festa na “tuia” [...]. Nas fazendas, o regime de trabalho, além de penoso, era bastante rígido com o despertar antes do alvorecer, ao som de um sino, almoço de 1 hora, café de 15 minutos e conclusão dos trabalhos ao anoitecer. [...] Havia, porém, abundância de alimentos que eram consumidos em grande quantidade, dado o extenuante trabalho físico (POZZOBON, 2006, p. 54).

Este sistema de colonato funcionou até 1963, quando entra em vigor o Estatuto do Trabalhador Rural, no qual a plantação subsidiária ou intercalar não poderia mais ser parte correspondente ao salário.

Do início do século XX até a década de 1970, a área cafeeira paranaense foi se ampliando, do Norte para o Noroeste, até atingir o Extremo Oeste, localizando-se quase que inteiramente no Terceiro Planalto. No início era formada apenas pelo Norte Pioneiro (até Jacarezinho), e em meados da década de 1920 estende-se para a microrregião de Assaí. Na década de 1930 inaugura-se uma nova etapa na expansão dos cafezais, quando a colonização passa a atingir o Norte Novo, microrregião de Londrina. Entre fins de 1930 e início da década de 1940 expande-se para as microrregiões de Apucarana e Maringá. O pós-guerra intensificou o plantio de café e atingiu também o Norte Novíssimo, em que se engloba Paranaíba, Umuarama e imediações, chegando na década de 1960 até o Extremo Oeste, quase na fronteira com o Paraguai, mas já em pequena escala.

Segundo Cancian (1981), a cafeicultura paranaense se processou em três fases: 1) no Norte Velho (ou Pioneiro), da divisa com o estado de São Paulo até o rio Tibagi, do final do século XIX até 1929; 2) no Norte Novo, do Rio Tibagi, passando por Londrina, até o rio Ivaí, a partir da década de 1930, até o final da Segunda Guerra Mundial; e 3) no Norte Novíssimo, do rio Ivaí até o rio Piquiri, e deste até o rio Iguaçu, no Extremo Oeste, entre as décadas de 1940 e 1960, quando se encerra o expansionismo cafeeiro no Paraná (figura 01).

Figura 01 - Mapa da divisão do norte do Paraná -1950.



Fonte: DIAS; GONÇALVES, 1999, p. 383.

O Norte Pioneiro teve seu processo de ocupação iniciado a partir de meados do século XIX, por iniciativa de empreendedores individuais, de forma lenta e espontânea, numa área próxima à fronteira paulista, até o século XX, quando o povoamento começa a ser mais intenso e de forma mais regular (CANCIAN, 1981; CESÁRIO, 1991).

As primeiras entradas deram-se pelos cursos superior e médio do rio Itararé, sendo os mineiros e paulistas os primeiros a se defrontar com os indígenas que nestas terras estavam. Neste primeiro momento, segundo Cancian (1981), o forte não eram as plantações de café, pois não havia estrutura suficiente para atingir os mercados, dada a distância dos portos e a falta de estradas que ligassem as regiões consumidoras. Mesmo com a presença de terras férteis e preços favoráveis no mercado, apenas mais tarde o café passou a ser interessante aos lavradores. O que movimentava a economia na região nesta época era a criação e engorda de suínos. A partir de 1890, com novas picadas abertas para comércio com localidades paulistas, a região passa a ter mais estradas e ligações por portos via balsas. Nesta época era crescente também o número de fazendas, sítios e povoados que passaram a surgir,

grande parte por iniciativa particular. Cesário (1991, p. 42) ressalta que nesta primeira fase de expansão o que se destaca são os processos de produção e a relação entre o espaço rural e o urbano:

A fazenda é considerada na sua função de organizadora da produção, dentro de uma estrutura fundiária onde a grande propriedade, desde o início da cafeicultura, terá um papel relevante. Conseqüentemente, as cidades do Norte Velho são apreendidas como núcleos urbanos que não chegaram a desenvolver uma estrutura administrativa e de serviços suficientemente forte que pudesse lhes conferir, atualmente, a mesma importância que hoje desfrutam as maiores cidades do estado.

Ao percorrer hoje os municípios do Norte Pioneiro, pode-se perceber as marcas deixadas pela dinâmica do café da época relatada por Cesário pois, dentre outras características, são pequenos municípios, com população que varia entre aproximadamente 2.300 a 48.500 habitantes (IBGE, 2017).

A cafeicultura nesta época mantinha-se muito mais ligada ao estado de São Paulo do que propriamente com o estado do Paraná. Por falta de infraestrutura, houve uma tendência natural a utilizar as condições de transporte pré-existentes e sua dependência com o estado de São Paulo para comercialização via porto de Santos. Como enfatiza Cancian (1981, p. 55): “São Paulo trouxe muito mais cedo que o Paraná a ferrovia que penetrava até ponto próximo aos cafezais, e já na década de 1920, dentro da própria zona cafeeira”.

Não apenas em relação a infraestrutura esta região teve forte ligação com São Paulo: apesar de os mineiros terem se estabelecido nas últimas décadas do século XIX, a ocupação por paulistas foi a que mais se destacou. Era deles o capital investido, seja por meio de financiamentos pelos bancos paulistas ou pela venda de suas terras em São Paulo para investir no Paraná (CANCIAN, 1981).

Nessa primeira fase da cafeicultura paranaense, o que se seguia era o modelo paulista e como sequência dele, principalmente pelas baixas nos rendimentos dos velhos cafezais de São Paulo (devido às terras menos férteis, maiores custos de produção, preços baixos para venda e pouco atrativo em relação à mão-de-obra, perdendo para as novas terras). Pozzobon (2006, p. 42) relata que a organização e a

administração das propriedades no Norte Pioneiro do Paraná eram similares às aquelas praticadas em São Paulo:

[...] onde uma multidão de trabalhadores labutava nas mais diversas atividades, desde o plantio até o transporte, sem os direitos que só na segunda metade do século XX lhes foram assegurados. [...] Nas fazendas em formação os trabalhos eram conduzidos inicialmente pelos “empreiteiros” ou “formadores” que, durante os 4 a 6 primeiros anos, conduziam a lavoura até sua completa formação, devolvendo-a ao proprietário. [...] A remuneração dos formadores e empreiteiros consistia no cultivo das culturas intercalares, nas produções iniciais do café e no trabalho extra remunerado. Recebia um rancho ou uma casa de madeira para moradia e uma área reservada à criação de animais domésticos. [...]

Além da infraestrutura e da ocupação, houve influência paulista também na estrutura fundiária do Norte Velho do Paraná: fazendas compostas por grandes propriedades, em sua maioria, e ao lado existiam já pequenas propriedades de sitiantes (CANCIAN, 1981; POZZOBON, 2006). O que tornava os negócios rentáveis nestas fazendas era o fato da presença do proprietário nas terras. O absenteísmo era praticamente inexistente, pois os proprietários permaneciam na direção dos negócios, seja planejando a exploração do solo nos grandes empreendimentos ou lavrando a terra nos pequenos. O dono da terra, em sua maioria, residia na própria fazenda ou sítio, não sendo necessária a presença de um administrador, sendo os arrendamentos inexpressivos. No Paraná, a imigração não era subvencionada, ou seja, não era custeada e não possuía nenhum incentivo do governo, e ficava a cargo dos fazendeiros as despesas. Em alguns contratos o colono ficava sempre vinculado às terras do fazendeiro e em outros o colono conseguia acumular renda a ponto de ser possível a compra de terras nas colônias de particulares que começavam a despontar a partir da década de 1920, com as companhias de colonização.

Em estudos realizados tendo como base o Censo Agrícola de 1920, Cancian (1980) esclarece que no Norte Pioneiro houve uma baixa diversificação agrícola e uma alta concentração em relação ao café e poucos outros gêneros, mesmo não podendo confirmar a monocultura, mas sim a forte dominância da cafeicultura junto com um ou dois produtos.

A produção de gêneros de subsistência, inclusive a criação de suínos para a exportação a São Paulo, setor importante da formação sócio-econômica das fazendas e sítios do Norte do Paraná, mostra na conjuntura do início do século até a crise de 1929, o encontro da empresa capitalista centrada na

produção de café com aquela envolvida com a de subsistência, voltada principalmente para o mercado interno (CANCIAN, 1981, p. 66-67).

Durante o período entre 1930 e 1944, um período de recessão em que houve também, principalmente em São Paulo, a redução da produção cafeeira pelos grandes proprietários de terras deu visibilidade para o Paraná, onde os altos investimentos feitos na ocupação das terras do Norte Novo pelas empresas colonizadoras, principalmente pelo capital inglês, permitiram que a produção cafeeira tivesse continuidade, mesmo numa conjuntura recessiva. O plantio se estendeu principalmente para as pequenas propriedades (dado a participação do trabalho familiar, que diminui os custos de produção), sendo que para as grandes, em alguns casos, houve o abandono do café (pela superprodução, aumento dos custos de produção e redução dos preços de mercado) e o investimento em outros gêneros.

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. O investimento feito pelas empresas colonizadoras em estradas fez com que o Paraná se destacasse no mercado nacional. Mesmo com o crescimento econômico desta região, o estado como um todo não estava com sua economia consolidada, pois grande parte da renda gerada no norte se dirigia para fora do estado, devido à estreita relação com São Paulo (inclusive o escoamento da produção era via Porto de Santos). Grande parte da rentabilidade do café que ia para São Paulo, serviu para alicerçar o desenvolvimento do setor industrial daquele estado e somente parte da renda da cafeicultura ficava no estado para ser reinvestida na própria agricultura. Em 1961, com a construção da “Rodovia do Café”, esta realidade muda, já que esta ligou o norte do estado ao Porto de Paranaguá.

Na década de 1920 as maiores fazendas de café concentravam-se em Jacarezinho e Ribeirão Claro. Entre 1927 e 1931, Jacarezinho expandia o plantio de cafeeiros, sendo o centro mais dinâmico de produção e o município de Bandeirantes passou a ser uma frente pioneira naquela ocasião. Entre 1932 e 1934 há uma redução de área de plantio nestas localidades, sendo que as médias e pequenas propriedades em municípios mais novos é que se destacaram.

Como viviam os primeiros agricultores do Norte do Paraná? Esta é uma questão levantada por Pozzobon (2006, p. 58-59), que apresenta algumas

características da população rural e traços marcantes da personalidade de grupos étnicos que explicam:

- 01 – Famílias numerosas.
- 02 – Estradas, moradias, utensílios e meios de transporte precários.
- 03 – Pouco recurso financeiro.
- 04 – Baixo nível de consumo de produtos adquiridos (sal, açúcar, farinha de trigo, querosene, tecidos, etc).
- 05 – Alimentação básica constituída de arroz, feijão e carne de porco, além de milho, frutas, verduras, ovos, banha, leite, café, etc., produzidos no imóvel.
- 06 – Equipamentos simples: moinho de fubá, engenho de cana, forno de barro, fogão a lenha, máquina de costura, debulhador, pição, carroça, etc.
- 07 – Ferramentas: machado, foice, enxada, plantadeira, ferro de cortar arroz, etc.
- 08 – Utensílios: lampião, lamparina, corote de madeira para transporte de água, colchão de palha, etc.
- 09 – Roupas: confeccionadas pelas mulheres e remendadas ao limite. Roupas de trabalho de brim e sacaria de trigo.
- 10 – Educação: cartilha, tabuadas, caderno e lápis. Escolas distantes e carentes de mestres.
- 11 – Lazer: pesca, caça, futebol, baile (exceto na quaresma), bocha, malha, festas na igreja.
- 12 – Atividades religiosas: missas, terços e procissões.
- 13 – Relações de trabalho: geralmente acordo verbal. Jornada de trabalho prolongada. Utilização de mutirão, quando necessário.

Cancian (1981) enfatiza a diferenciação na cafeicultura anterior a 1929 e aquelas das áreas abertas entre 1930 e 1940. No Norte Pioneiro, onde a ocupação se fez de forma espontânea, a cultura cafeeira se fez no modelo tradicional paulista, com explorações em grandes propriedades. Já no Norte Novo, onde a colonização foi dirigida, o planejamento antecedeu a colonização e o parcelamento do solo, a venda dos lotes (pequenos e médios) e a facilidade de parcelamento do pagamento permitiu que antigos colonos e lavradores se tornassem proprietários de terras. Para estes o interesse pelo café existiu por serem antigos colonos que, transformados em proprietários, passaram a lavrar a terra junto à sua família, não tendo custos de mão de obra, morando no próprio lote, construindo sua casa e alimentando-se do que produziam. Os imigrantes estrangeiros que ali se instalaram também viviam de modo semelhante. No final da década de 1940 e em toda a década de 1950, a renda que obtinham da produção de café permitiu que muitos comprassem terras na região de Maringá e também no Norte Novíssimo. Resumindo, nesta fase, o Norte do Paraná teve uma expansão do plantio, aumento da área cultivada e quantidade de propriedades que aderiram à produção. Isso fez com que os cafezais adentrassem ainda mais para o interior do estado. Houve a redução de cafeeiros antigos, pouco

produtivos, dando lugar às áreas novas, fracionamento das grandes propriedades, separação das tarefas de produção e beneficiamento, com a divisão do trabalho entre campo e cidade e diversificação agrícola.

Cesário (1991) menciona que a região norte do Paraná como um todo foi ocupada por paulistas e mineiros, em sua maioria, mas também foi atrativa para nordestinos e estrangeiros. Os descendentes de migrantes vindos de outros estados, como o caso dos paulistas, desenvolveram nas pequenas propriedades do Norte Novo um sistema agrícola baseado no trabalho familiar. Para sua pesquisa sobre a cafeicultura no Norte Novo do Paraná, os entrevistados informaram como foi a trajetória de suas famílias na época da colonização, por meio da aquisição de terras das companhias colonizadoras. Dois exemplos diferentes são retratados pela autora: um deles é da família Dolfini, que se fixou em 1934 em localidade próxima a Londrina. Segundo Luciano Dolfini, em entrevista cedida à autora em 1980:

Meu finado pai... ele comprou a propriedade aqui no 34 [1934] e em seguida veio no 35 [1935], no km 10 da estrada da Prata. Veio com a família. Com quatro filhos, ele veio. [...] Teve que abrir uma picada para fazer o rancho. [...] Ele comprou os outros 15 alqueires do meu tio, no 48 [1948]. [...] (CESÁRIO, 1991, p. 51-52).

Muitos casos são semelhantes a esta família, pois conseguiram melhoria de vida com a prática agrícola voltada ao mercado e alcançaram bons resultados. O sentido de pioneirismo e a saga do cafeicultor não se encontra apenas nos relatos de sitiantes, mas também pode ser percebido no depoimento de um grande proprietário rural, Álvaro Godoy, que chegou a Londrina em 1931. Segundo análise de Cesário (1991), a partir das entrevistas, o depoimento deste e de outros pioneiros trazem o sentido de coragem, sofrimento, desbravamento e conquista de terras:

Eu quando cheguei onde está localizada a cidade de Londrina, havia praticamente apenas uma placa escrita: Futura nova Londrina. [...] Londrina tinha alguns ranchos e existia apenas no papel. [...] Na época em que eu vim, no mapa do Estado do Paraná constava as terras do norte como terras pouco conhecidas. [...] O pioneiro vem, logo que encontra a terra em que possa trabalhar, que sejam boas, ele se localiza, se planta. Ele viaja com toda a família, com todos os seus bens. E ali, quanto mais ele sofre, mais amor ele pega por aquela terra. [...] (CESÁRIO, 1991, p. 52-53).

Ao buscar valorizar a memória do café, não se pretende ressaltar apenas os aspectos positivos do cotidiano cafeeiro e esconder as agruras da época. O trabalho em família, o convívio social e a relação com a terra devem ser lembrados, mas deve-se também compreender os sentimentos que aparecem por meio da memória, mesmo que relacionados ao trabalho árduo, às dificuldades passadas em terras sem infraestrutura, poucos recursos, as épocas de queimadas, geadas e o “fim” de um cultivo que, para muitos, ainda hoje, em depoimentos, trazem lembranças dolorosas. Segundo entrevista informal com os primeiros consultores da Rota do Café, quando do início das pesquisas sobre café realizadas pelo Sebrae, em alguns depoimentos os antigos cafeicultores se emocionavam ao lembrar da “geada negra” e de outros momentos difíceis das épocas áureas do café na região de Londrina.

A fase mais dinâmica e de maior vitalidade da produção cafeeira no estado se dá no período pós-guerra, de 1945 a 1970 e o centro principal de produção cafeeira no país se desloca de São Paulo para o Paraná. O modelo de grandes propriedades tradicionalmente aplicado em São Paulo não se repete em todo o Norte do Paraná (apenas no Norte Pioneiro) devido às condições de ondulação do terreno, em que as áreas mais baixas não eram utilizadas para o plantio do café devido ao alto índice de geadas. O parcelamento do solo em pequenas e médias propriedades pelas empresas colonizadoras, em parte, foi feito de forma mais racional, respeitando as condições topográficas.

Até atingir nova fase de superprodução na década de 1960, o centro dinâmico da produção no Paraná deslocou-se por três vezes, em períodos cada vez mais curtos – em 1951, quando o Norte Novo superou o Norte Pioneiro; onde anos depois, quando o Norte Novíssimo ultrapassou o Norte Novo, e em 1965 com programas de erradicação de cafeeiros e fomento da pecuária no Norte Novíssimo, desviava-se novamente para o Norte Novo, de terras mais próprias ao cafeeiro (CANCIAN, 1981, p. 92).

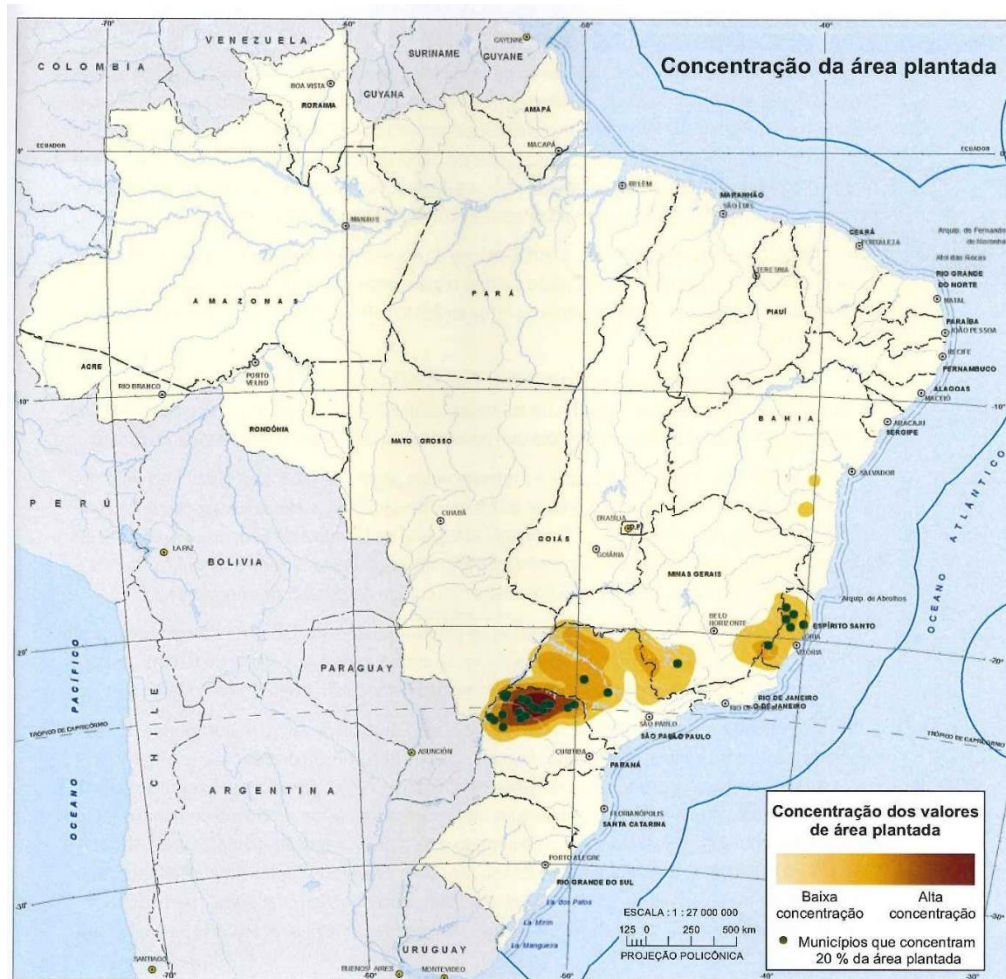
Após a euforia da década de 1950, os preços do café resultaram em políticas de erradicação de lavouras improdutivas. Com o encerramento da fase dinâmica do café, os investimentos passaram a ser em outras culturas e também para outros setores da economia. Inicia-se o programa de racionalização da produção e o incentivo à produção de outras culturas (POZZOBON, 2006).

Segundo Carvalho (1999, p. 135) o grupo responsável pela racionalização da cafeicultura criou dois programas de erradicação de cafezais entre 1962 e 1969, “[...] cujos objetivos eram a erradicação de cafezais antieconômicos, a modernização da cafeicultura brasileira e a substituição destes cafezais por lavouras em bases modernas”. Como também salienta Carvalho (1991, p. 75), no Paraná as regiões mais afetadas por este programa foram o Norte Novo e Norte Novíssimo. As principais culturas substitutivas foram a soja, o milho, o algodão, o feijão e a pastagem. “Especialmente, [...] a distribuição dessas lavouras substitutivas ocorreram desigualmente, com a predominância da pastagem nas regiões do Norte Novo e no Norte Novíssimo, enquanto o milho e o feijão eram as majoritárias no Norte Velho”. Em ampla escala, no Brasil, como resultado deste programa de erradicação, o número de cafeeiros erradicados e áreas liberadas, concentraram-se nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Espírito Santo.

Apesar de já ter ocorrido outras geadas fortes na região norte do estado (como a de 1963 e a de 1969), a “geada negra” em 1975, mais precisamente em 18 de julho, foi um marco histórico na cultura do café, acelerando as transformações socioespaciais do campo norte-paranaense. A erradicação dos cafezais foi a alternativa encontrada por grande parte dos produtores na época. Segundo pesquisa realizada por Niehues (2016) houve alguns produtores que não erradicaram o café persistindo nesta atividade e enfrentando as dificuldades pós geada. No ano seguinte não houve produção de café, então cafeicultores tiveram que buscar estratégias de subsistência até que finalizasse o ciclo de rebroto ou crescimento das plantas (dois a três anos), com o plantio para consumo e venda do excedente. Alguns cafeicultores que já tinham armazenado sacas de café em suas propriedades conseguiram comercializar a preços altíssimos devido à escassez no mercado.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE sobre a dinâmica territorial da cafeicultura brasileira entre 1975 e 2013 e apresentada nos mapas a seguir (figuras 02, 03 e 04), o Paraná possuía em 1975 cafezais situados muito além da região de Londrina. Em meados da década de 1970 os municípios que se destacavam eram Rolândia, Londrina e Cambé (Norte Central), Umuarama e Cianorte (Noroeste) e Formosa do Oeste (Oeste Paranaense).

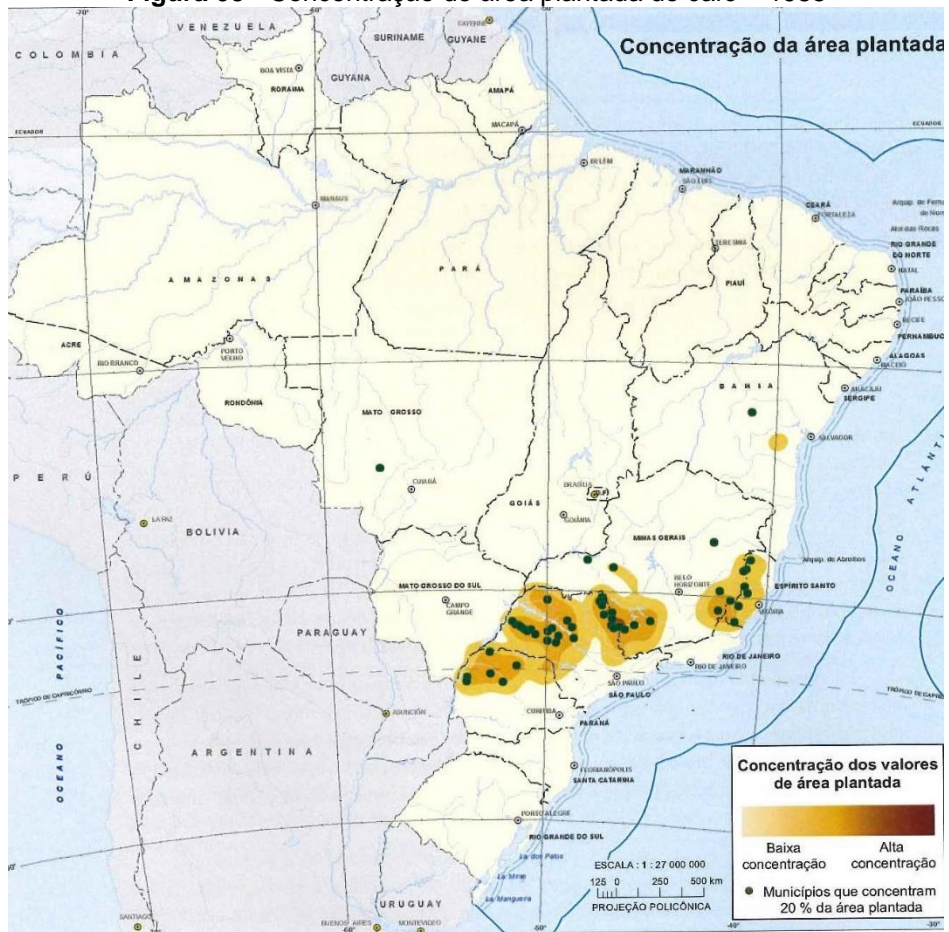
Figura 02 - Concentração de área plantada de café - 1975



Fonte: IBGE, 2016, p. 15.

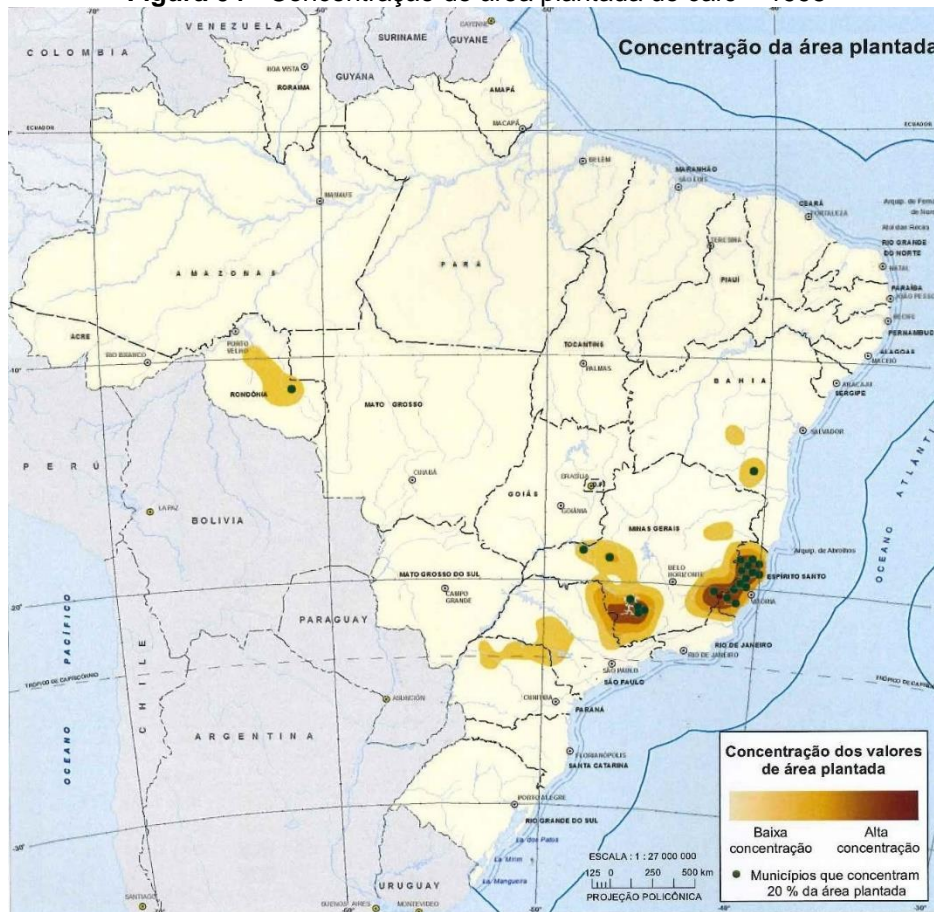
Tecendo uma comparação entre os mapas, percebe-se que Paraná e São Paulo perdem força e área na produção nacional e Minas Gerais e Espírito Santo não só permanecem como também se afirmam na liderança da produção nacional (IBGE, 2016). Se até a década de 1970 os estados de São Paulo e Paraná possuíam maior volume de café a ser comercializado, nas décadas seguintes, devido aos planos de renovação dos cafezais, as fortes geadas nestas áreas e as fronteiras agrícolas no cerrado brasileiro, a cafeicultura de Minas Gerais e Espírito Santo passam a ter melhores resultados. Isso fica evidente quando nos remetemos ao quadro 01, página 61, sobre o volume de produção de café no Brasil em 2016.

Figura 03 - Concentração de área plantada de café – 1985



Fonte: IBGE, 2016, p. 20.

Figura 04 - Concentração de área plantada de café – 1995



Fonte: IBGE, 2016, p. 20

Na atualidade, em função do aumento no consumo mundial de café e redução das áreas de produção, o café volta a ser produzido em algumas propriedades observando-se a mudança no perfil dos produtores e também do investimento na qualidade da produção. Até o início da década de 1990 há o predomínio da agricultura convencional, ou seja, ampla utilização de máquinas e defensivos químicos. Só nas décadas mais recentes, segundo IBGE (2016), existem iniciativas alternativas a esta forma de produção, como associação de produtores, com a visão de uma agricultura com menos impactos socioambientais: “Mesmo entre alguns médios e grandes produtores parece crescer a percepção de que a adoção de técnicas poupadoras dos recursos naturais pode trazer lucratividade não só a curto, mas também a longo prazo” (IBGE, 2016, p. 35).

Na Rota do Café, a Fazenda Terra Nova, localizada em São Jerônimo da Serra, tem como base de sua produção as técnicas da agricultura biodinâmica que, dentre outras características, não utiliza agroquímicos. É um fator competitivo frente aos

demais grãos produzidos de forma tradicional, pois se preocupa desde a saúde do solo, passando pelas técnicas aplicadas e pela mão-de-obra empregada, até a colheita e o processamento do grão para ser comercializado. Este diferencial de produção inclusive permite que ele receba produtores (e também turistas “curiosos” em obter conhecimento das “coisas da terra”) de diferentes lugares do Brasil e do mundo para conhecer formas alternativas de produção que minimizem os impactos ao meio. Nas páginas 144 a 151, conheceremos mais profundamente este empreendimento.

Segundo dados de 2014, os maiores destaques agrícolas do Paraná são na produção de cana-de-açúcar (47 milhões de toneladas), milho (16 milhões de toneladas) e soja (15 milhões de toneladas), todas com objetivo principal de exportação. Em termos de quantidade, o café tem uma representatividade pequena se comparado aos demais produtos agrícolas, cerca de 34 mil toneladas (IPARDES, 2016, p. 1).

O que tem se destacado no Paraná desde 2011 (em especial a região do Norte Pioneiro) é a produção de cafés especiais. De acordo com a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), os cafés especiais envolvem “[...] desde suas características físicas, como origens, variedades, cor e tamanho, até preocupações de ordem ambiental e social, como os sistemas de produção e as condições de trabalho da mão-de-obra cafeeira” (BSCA, 2016, p. 1). A partir destes requisitos, hoje a produção cafeeira está muito mais pautada na qualidade dos grãos comercializados do que na quantidade. Devido aos cuidados que se deve ter do plantio até o beneficiamento do mesmo, o valor de venda para alguns cafés diferenciados varia entre 30% e 40% a mais em relação ao café cultivado de modo convencional.

Hoje, o Norte Pioneiro do Paraná consolidou-se como região produtora de cafés especiais do Brasil, por meio da Indicação Geográfica de Procedência (I.G.P). De acordo com INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual), “Considera-se a Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço”. (BRASIL, 2016a, p. 1). A Rota do Café é composta por empreendimentos que se relacionam direta e indiretamente com estas qualidades de café, como as cafeterias

que servem de variadas formas os cafés especiais e também fazendas que se dedicam à produção e beneficiamento dos grãos. Vamos conhecê-las no próximo capítulo.

A modernização agrícola, como mencionado há pouco, é tema no Brasil desde a década de 1960 no contexto da Revolução Verde, em que o campo passou a utilizar intensivamente maquinários, agroquímicos e mudanças nos processos produtivos. Porém, a partir de estudos do IBGE (2016), o que se tem visto nos últimos anos é uma “modernização imaterial”, ou seja, a incorporação de novas técnicas de produção, pesquisa, informações e conhecimento, que vem conduzindo o desenvolvimento da agricultura como um todo, e da cafeicultura em especial. Neste contexto fazem parte as instituições públicas e privadas envolvidas com pesquisa, as principais indústrias de torrefação, as empresas certificadoras, eventos da área (como os concursos de qualidade dos grãos), ou seja, entidades ligadas à produção e difusão de novidades sobre o café, muitas delas participantes do Consórcio Pesquisa Café e do Conselho Nacional do Café.

Em 2006, foi criada a Rede Social do Café (REDE, 2017), cujo objetivo é reunir grupos que colaborem na disseminação e no debate de assuntos voltados à cultura cafeeira. Inclusive os tradicionais “trabalhos de campos” ou “dias de campo”, que são as visitas técnicas bastante frequentes para quem trabalha na área agrícola, estão sendo modernizados no sentido de serem disponibilizadas na *web* e chamadas de trabalho de campo virtual: “[...] ela possibilita a ‘quebra’ de barreiras geográficas, o aprimoramento de recursos e, principalmente, otimizando o próprio tempo” (IBGE, 2016, p. 85).

Uma entidade que também está relacionada a essa modernização imaterial é o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que no caso do Norte do Paraná tem papel fundamental na criação e consolidação da Rota do Café (sobre o qual nos aprofundaremos no próximo capítulo). Em outras regiões do país o Sebrae também está envolvido diretamente ou indiretamente com a cultura cafeeira, como no caso do Museu do Café, localizado em Santos, cidade símbolo da cafeicultura brasileira, que desde os primórdios do café no Brasil foi centro de comercialização e distribuição do café para o exterior.

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. A seguir, vamos conhecer como surgiu a Rota do Café e compreender sua trajetória.

3.3 A ROTA DO CAFÉ – NORTE DO PARANÁ

Antes mesmo de compreendermos a Rota do Café, é importante o entendimento do turismo como transformador do espaço.

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.

Para compreender a influência da globalização no mundo é necessário, antes de tudo, conceber o espaço geográfico numa perspectiva de interação entre a configuração territorial e as relações sociais (CALVENTE, 2004).

A configuração territorial é entendida como produção histórica da materialidade das obras humanas, tendendo à negação da natureza não tocada pelo homem, substituindo-a por uma natureza humanizada, e as relações sociais como o que dá vida à configuração territorial, ou seja, que intervém, dinamiza e cria a espacialidade de acordo com sua necessidade, sendo ambas indissociáveis para o trabalho geográfico, perdendo o sentido se vistas isoladamente (SANTOS, 1997a).

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 espriamento 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). Como definido por Santos (1997c), dentre os elementos que compõem o espaço geográfico, as instituições é que produzem normas, ordens e legitimações.

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, vigente até os dias atuais, prevê 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 – possuir órgão responsável pela pasta de turismo (Secretaria, Fundação, Coordenadoria, Departamento, Diretoria, Setor ou Gerência);
- II – comprovar a existência de dotação para o turismo na lei orçamentária anual vigente; e
- III – apresentar Termo de Compromisso assinado por Prefeito Municipal ou dirigente responsável pela pasta de turismo, conforme modelo disponibilizado, aderindo de forma espontânea e formal ao Programa de Regionalização do Turismo e à Região Turística (BRASIL, 2017, 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 aprofundaremos 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).

Em 1990 (já com a denominação Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) passa a ser uma entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo com representantes da iniciativa privada e também do poder público, estimulando o empreendedorismo e auxiliando no fortalecimento das micro e pequenas empresas. 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 as que mais atuam em Londrina e região quando se trata de turismo.

De acordo com Silveira (2007) a maior parte dos recursos recebidos pelo Sebrae provém de contribuições compulsórias de 0,3% calculada sobre a folha de salários das empresas. Este dinheiro vai para os cofres públicos (ao INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social), que depois envia ao Sebrae nacional, que repassa para as unidades da federação.

Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com pontos de atendimento nos 26 estados, por meio de suas regionais. No Paraná, conta com seis regionais e 12 escritórios, inclusive em Londrina. O Sebrae Nacional é responsável pelo planejamento estratégico, definindo diretrizes e prioridades de atuação. As unidades alocadas em cada regional desenvolvem seus projetos e ações de acordo com a realidade local, sempre obedecendo às diretrizes nacionais (RALIO; DONADONE, 2015).

As relações entre os empreendedores e o Sebrae podem ocorrer de duas formas: “[...] o empresário pode procurar a instituição ou, através de ações de ordem coletiva aonde o SEBRAE vai até a empresa em atendimento a solicitação das entidades representativas do setor” (SILVA; TEIXEIRA, 2014, p. 143).

O trabalho desenvolvido pela entidade se dá por diferentes linhas de atuação: 1) orientação empresarial, por meio de acompanhamento em consultorias, buscando direcionar as empresas em busca de maior eficiência; 2) educação e desenvolvimento da cultura empreendedora, oferecendo treinamentos e cursos de capacitação nas áreas de gestão, finanças, marketing, comercialização etc; 3) acesso a mercados, pois auxilia o empreendedor a se inserir no mercado por meio de viabilização de feiras e exposições comerciais, rodadas de negócios (reuniões em que participam os produtores e os possíveis interessados em comprar os produtos) e missões técnicas (viabiliza aos empreendedores viagens e visitas técnicas a outras localidades buscando conhecer outras experiências em áreas afins – como as realizadas pelo grupo de empreendedores da Rota do Café a destinos turísticos consolidados para conhecer a gestão e inovação aplicada aos atrativos); 4) inovação tecnológica, com a aproximação das pequenas empresas aos centros geradores de tecnologia; 5) apoio ao crédito e capitalização, reunindo informações sobre as linhas de crédito disponíveis às MPEs (micro e pequenas empresas); 6) realização de pesquisas econômicas, produzindo estudos que visam mostrar a importância das MPEs na economia nacional (SILVEIRA, 2007).

Conforme salienta Bernardes, os consultores são especialistas estratégicos importantes, pois as informações produzidas circulam nos territórios como fluxos de conhecimento sobre gestão dos sistemas produtivos, tendências de mercado, normatizações, logística, comunicação, produtividade, qualificação, entre outros. “[...]”

as formas de ação das consultorias contribuem também para o alargamento dos contextos do atual processo de globalização [...]” (BERNARDES, 2005, p. 427).

O Sebrae atende diferentes segmentos da economia, em que cada unidade terá suas pastas de trabalho de acordo com a realidade econômica atual ou potencial de cada regional onde alocada (agricultura, alimentos e bebidas, artesanato, beleza, construção, economia criativa, madeira e móveis, mercado digital, mercearia e supermercados, metal mecânico, moda, pecuária, petroquímico e mineração, saúde e bem-estar, veículos e turismo) (SEBRAE, 2016).

As empresas atendidas pelo Sebrae são definidas por um critério que leva em conta a receita bruta anual e o número de pessoas ocupadas. Desde 2006 também entra no rol de empresas atendidas pela entidade, os MEIs (microempreendedores individuais), definidos pela Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas de 2005 e pela Lei Complementar n. 123 de 2006, conforme quadro 02:

Quadro 02– Classificação das empresas segundo Lei Geral das MPE e adotada pelo Sebrae

PORTE	RECEITA BRUTA ANUAL	PESSOAS OCUPADAS
Microempreendedor individual	Igual ou inferior a R\$ 36 mil	—
Microempresa	Igual ou inferior a R\$ 240.000	Indústria e construção civil: até 19 Comércio e serviços: até 9
Pequena empresa	Superior a R\$ 240.000 e menos de R\$ 2.400.000	Indústria e construção civil: 20 a 99 Comércio e serviços: 10 a 49

Fonte: Matos; Arroio, 2011.

Neste sentido, Coriolano (2003a) salienta que se faz necessário complementar as economias de grandes e megaempresas, com as médias, pequenas e micro empresas (aqui podemos 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 cogestão, 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 pelo Sebrae (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 Luciana Masson Scaramal (consultora em turismo 1), consultora do Sebrae e coordenadora técnica da Rota do Café até dezembro de 2015. A consultora em turismo 1 nos 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”, conforme mapa da página 68).

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 1, 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 rota do agronegócio traduzia uma realidade muito latente, com o desenvolvimento da pecuária, da produção de soja, milho e cana-de-açúcar e da pesquisa agropecuária. Como salienta Santos e Silveira (2005), já na década de 1970 o Paraná já se transformara em nova fronteira agrícola na produção de soja, com cerca de 24% da produção nacional e também com destaque na produção de milho (com 20% da área total cultivada no país). Ainda destaca que no oeste paranaense, a expansão da lavoura de soja não se deu apenas por frentes pioneiras, mas também por substituição de cultivos alimentares (situação pela qual muitos estados brasileiros passaram nas últimas décadas, buscando cultivar produtos agrícolas de mercado – mais rentáveis). Depois de 1980, a soja e o milho acompanham a expansão da fronteira agrícola para a região Centro-Oeste.

Santos e Silveira (2005) reconhecem que a localização de serviços técnicos, escolas de agronomia, institutos e centros de pesquisa contribuem ativamente na construção de especializações territoriais.

Os centros da Embrapa de pesquisa agroflorestal se localizam em estados da região norte (Manaus/AM, Rio Branco/AC, Belém/PA etc), no sul concentram-se os centros de pesquisa em trigo em Passo Fundo/RS, suínos e aves em Concórdia/SC e soja em Londrina e assim por diante.

A localização do Iapar (que também é um importante instituto de pesquisa nas áreas de cereais, pecuária de leite e corte, entre outros, com sede em Londrina e polos regionais em Curitiba, Paranavaí, Pato Branco, Ponta Grossa e Santa Tereza do Oeste e estações experimentais em tantos outros municípios do estado) e da Embrapa Soja, no município de Londrina, permite que a região seja local de experimentos no aprimoramento da produção por meio de melhoramento e genética animal e vegetal, engenharia agrícola, sanidade animal, melhoramento de solos, dentre outras áreas de pesquisa. Isso faz com que produtores de outras regiões do país e do mundo possam ter interesse em conhecer as formas de produção e aplicação de técnicas e tecnologia no campo.

Uma agência de turismo de Londrina trabalhou intensamente com grupos de turistas com interesse no agronegócio (tanto levando grupos brasileiros para o exterior para conhecer propriedades agrícolas com eficiência em produtividade, uso de insumos agrícolas, práticas inovadoras e também para participar de eventos agrícolas

mundiais como o *Farm Progress Show* nos Estados Unidos e a Eurotier na Alemanha, como também trazendo para a região norte do Paraná grupos estrangeiros interessados em conhecer as lavouras e resultados dos centros de pesquisa). De acordo com dados da consultora em turismo 1, em 2008, a região recebeu cerca de 28 grupos de turistas estrangeiros para compartilhar experiências de agronegócio.

A consultora em turismo 1 explica que a outra possibilidade 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 uma logomarca (figura 05) e 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 1, 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.

Figura 05 - Logomarca da Rota do Café.



Fonte: Rota, 2016.

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 1, 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 (figura 06), 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 (figura 07), Abav das Américas em São Paulo, Festival de Turismo de Gramado, entre outras.

Figura 06 – Apresentação da "Dança do Café" com o grupo de atores e dançarinos da Fundação Cultural de Ibiporã durante o 20º Salão de Turismo, Curitiba.



Fonte: Blog, 2016.

Figura 07 – Estande da Rota do Café na Ficafé 2013, Jacarezinho.



Fonte: Blog, 2016.

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) (figura 08), 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) (figura 09), “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.

Ainda por meio de um *blog* (ROTA, 2016) e uma página na rede social *Facebook* (ROTA, 2017) a Rota do Café proporciona também aos interessados na cultura do café postagens sobre técnicas de cafés especiais, pesquisas científicas sobre o café, artesanato, música, gastronomia, pintura, imagens dos momentos dos turistas na Rota do Café, entre muitas outras postagens que tem como objetivo permitir que as pessoas conheçam mais sobre o café e sobre os empreendimentos associados à Rota.

Figura 08 - Orquestra de Viola Caipira Caipira São Domingos Sávio durante apresentação na Semana do Café 2015.



Fonte: Blog, 2016.

Figura 09 - Espaço Vivências, onde o visitante pode participar da abanação do café, durante a Semana do Café, no Museu Histórico Pe. Carlos Weiss, em Londrina.



Fonte: Blog, 2016.

A consultora em turismo 1 mencionou um ponto importante na trajetória da Rota, que foi um “divisor de águas” em relação à profissionalização dos empreendimentos: em 2012 houve um momento decisivo para a Rota do Café, onde

foi feito um diagnóstico de acompanhamento, com informações sobre quanto a Rota trouxe de benefícios em termos de quantidade de turistas, investimento, emprego etc, ou seja, deu ao Sebrae e aos empreendedores envolvidos um “raio-x” da Rota e também tratou de alguns requisitos importantes para o andamento das atividades nos empreendimentos como confirmação de reserva, se havia um roteiro estabelecido para atendimento ao público (priorizando a hospitalidade e o acolhimento ao turista), cuidados com a “sustentabilidade” (destinação correta de resíduos, recomposição de áreas degradadas, incentivo ao consumo consciente, minimização do desperdício de água, energia, alimentos, priorizar a contratação de mão de obra e serviços do entorno, valorizar a cultura local, promoção de ações educativas, utilizar práticas adequadas de gestão do empreendimento, assegurando rentabilidade etc). Estas constatações geraram um plano de ações para trabalhar as melhorias que cada empreendimento precisava.

Nesta época houve um descredenciamento grande de empreendimentos/parceiros, existiam 58 atrativos, caindo para 32, pois muitos queriam fazer parte da Rota do Café, mas boa parte não queria cumprir os requisitos, ou não estava disposta a seguir alguns padrões de qualidade e envolvimento efetivo com a Rota do Café e sua tematização (aspectos que serão explicados mais adiante), a ponto de se dedicar a algo que não traria um retorno financeiro imediato. Não apenas investimento financeiro, mas principalmente tempo para participar das reuniões, dos eventos e de se organizar para receber os visitantes. A maior parte dos empreendimentos não tem suas atividades econômicas exclusivamente do turismo, pois são propriedades rurais com produção agropecuária, comércios, prestadores de serviços etc, que nos seus afazeres diários incluem a recepção de visitantes da Rota do Café.

Com a diminuição do número de associados, e assim, a confirmação dos reais interessados e engajados no projeto, foi elaborada uma categorização dos atrativos: empreendimentos-âncora (aqueles estritamente relacionados ao café, como as fazendas), pontos de apoio (restaurantes, hotéis, que não tinham a tematização do café, mas importantes para a logística dos roteiros), empreendimento complementar (uma agroindústria, uma propriedade de agricultura familiar, por exemplo) e os parceiros. A partir disso passaram a ser criados dentro da própria Rota do Café,

roteiros menores e temáticos, como roteiro histórico, roteiro rural, roteiro urbano etc, pois tinham muitos atrativos que possibilitavam essa diversificação.

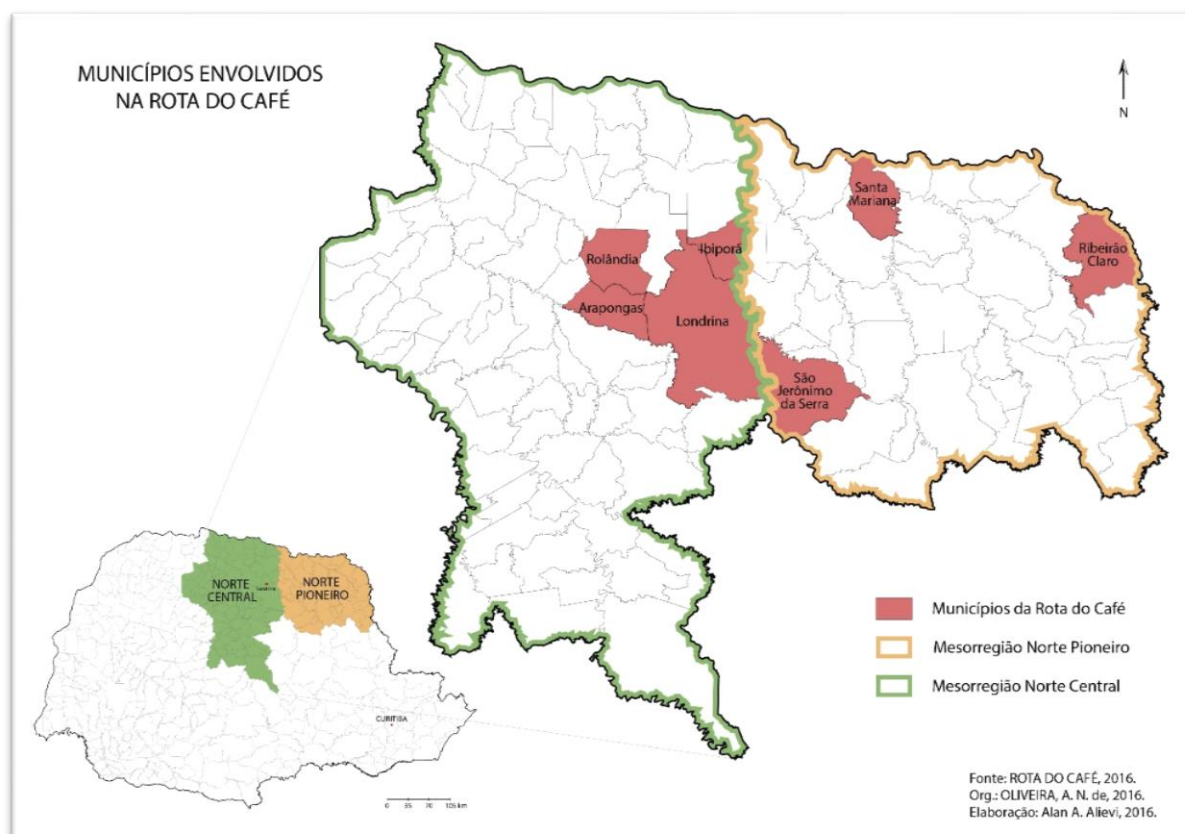
A Rota, até 2015, fez parte do Projeto de Turismo Norte Paranaense do Sebrae/PR, constituindo-se, posteriormente, na Associação Rota do Café (ARC), sendo gerida pelos próprios empreendedores.

3.4 A ASSOCIAÇÃO ROTA DO CAFÉ

A Rota do Café – Norte do Paraná abrange atualmente sete municípios do norte do estado: Londrina, Rolândia, Arapongas, Ibiporã, Santa Mariana, Ribeirão Claro e São Jerônimo da Serra (figura 10), em um raio de distância de aproximadamente 200 quilômetros de Londrina (cidade sede da Rota). Conta hoje com empreendimentos associados e parceiros (dentre eles pousadas, cafeterias, museus, restaurantes, agroindústrias, fazendas históricas e produtivas) que possuem relação direta ou indireta com a cultura cafeeira. Além disso, conta também com duas agências de turismo e uma assessora de imprensa associadas.

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, foram realizadas três entrevistas: no dia 14 de julho de 2016 foi realizada uma entrevista com Gisele Bianchini, presidente da ARC e no dia 20 de julho de 2016 foram entrevistadas Erica Bufalo (consultora do Sebrae para a Rota do Café – consultora em turismo 2) e Simone Milan (gestora do projeto Rota do Café do Sebrae Londrina – consultora em turismo 3).

Figura 10 - Municípios envolvidos na Rota do Café



Fonte: Rota, 2016.
Org.: A autora.

Segundo a consultora em turismo 3, desde o início do projeto o Sebrae já havia estabelecido a governança, composta por empreendedores da Rota bastante engajados no projeto, com intuito de prepará-los para dar continuidade na gestão dos trabalhos após a saída do Sebrae. A governança foi estabelecida para que pudesse, junto com o Sebrae, tomar algumas decisões, verificar o que está precisando, por exemplo, contratar uma consultoria de *marketing* para fazer divulgação, ou se o grupo estava precisando de uma consultoria na área financeira, se iam participar de alguma feira, quem poderia ir, para tomar as decisões juntos (processo dos últimos três ou quatro anos).

Ao ser questionada sobre o papel do Sebrae após a criação da associação, a consultora em turismo 3 explica que a entidade está como apoiadora da associação e que no primeiro ano de existência da Associação (entrevista realizada em 2016), ainda disponibilizou uma consultora para trabalhar algumas horas por mês como um auxílio, sem custo para a associação, como forma de dar direcionamento às ações. O Sebrae

também cede a sala para as reuniões da associação (enquanto ainda não possuem sede própria). Outra forma de vínculo ainda existente é que o Sebrae convida a associação para participar de alguns eventos, mesmo que voltados para outras áreas (não da maneira como antes, com suporte financeiro, mas como apoiadores). O envolvimento do Sebrae com a Rota do Café está em processo de transição, ou seja, mesmo com a criação da associação, o Sebrae ainda participa do planejamento das atividades por meio das eventuais consultorias, mas, de acordo com a consultora em turismo 2, a forma de trabalho é diferente, pois os empreendedores é quem tomam as decisões do seu caminhar, tendo o Sebrae, por enquanto, como apoio no direcionamento das ações.

A consultora em turismo 3 relata que, no início, o projeto era praticamente todo custeado pelo Sebrae, então já havia o direcionamento estabelecido no planejamento estratégico anual. O objetivo era ter um roteiro implantado e reconhecido no Brasil, mas para isso tinha que ser feito um trabalho com os empreendimentos de treinamento e de estabelecimento de melhorias para poder receber o turista. Então a preocupação do Sebrae foi de fornecer a base aos empreendedores para adequarem o local para que efetivamente tivessem condições mínimas de receber visitantes.

Também comenta que desde o início os empreendedores credenciados à Rota tiveram consultoria nas áreas de finanças, de gestão, de qualidade dos serviços, de hospitalidade e de “sustentabilidade”, voltados para o turismo, com o intuito de se profissionalizar e formalizar o serviço prestado. Tanto as consultorias quanto os cursos de capacitação, visitas técnicas e demais suportes necessários para sua qualificação foram oferecidos pelo Sebrae desde quando a Rota ainda era um projeto, quanto durante todo o período de consolidação, até o final de 2015.

Mais do que gerir a Rota do Café, a associação foi criada buscando dar prosseguimento no trabalho realizado pelo Sebrae até o momento e conta com os seguintes objetivos que regem seu Estatuto Social:

- I – Resgatar, valorizar e preservar a história do café no norte do Paraná;
- II – Promover a integração e o desenvolvimento dos empreendimentos associados;
- III – Promover iniciativas que visem às boas práticas de sustentabilidade econômica, ambiental e sociocultural;
- IV – Promover ações que contribuam para o aumento do consumo de cafés de qualidade;

- V – Contribuir para o fortalecimento do Turismo no norte do Paraná;
- VI – Atrair, selecionar e qualificar novos associados para a ARC (Associação Rota do Café);
- VII – Buscar parcerias visando a melhoria e desenvolvimento da Rota do Café;
- VIII – Captar investimentos que promovam e qualifiquem a Rota do Café;
- IX – Gerir e consolidar a Rota do Café como produto turístico;
- X – Comercializar *souvenires* e produtos dos negócios/empreendimentos associados. (ASSOCIAÇÃO, 2015, p. 1)

Importante salientar que, neste caso, o primeiro objetivo da associação, tendo como base a discussão conceitual da Geografia e outras ciências humanas, seria o de valorizar e conservar os bens culturais do café no norte do Paraná (e não sua preservação propriamente dita como mencionado no Estatuto). Estes dois termos são discutidos na Geografia (e também nas Ciências Sociais) por conta do seu significado atribuído aos usos que se faz. Diegues (2002) traz a diferença dos conceitos ao discutir a criação das áreas naturais protegidas nos Estados Unidos (datada do século XIX), em que “[...] a única forma de proteger a natureza era afastá-la do homem, por meio de ilhas onde este pudesse admirá-la e reverenciá-la” (DIEGUES, 2002, p. 15). Diegues enfatizando que o termo “preservação”, desta forma, remete à apreciação estética, sem intervenção humana, intocável, em que se impõe que a área ou determinado ecossistema não possa sofrer alterações. Já a essência do termo “conservação”, segundo o autor, é fazer o uso adequado e criterioso dos recursos naturais, onde o enfoque é procurar o bem maior e benefício para a maioria, incluindo gerações futuras, conciliando seu uso de maneira racional, evitando desperdícios. Inclusive essas ideias, iniciadas por Gifford Pinchot, foram precursoras do que se conhece hoje como “desenvolvimento sustentável” (DIEGUES, 2002).

Calvente (2004) traz questionamentos em torno do termo “preservação” quando ligado à cultura e ao turismo. Segundo a autora, tentar preservar a cultura de determinado grupo é uma atividade paternalista e autoritária, pois são as pessoas envolvidas é que devem decidir o seu futuro, ou seja, o que resgatar, o que inovar, o que conservar. Em muitos destinos turísticos ainda vemos o discurso de preservação das tradições culturais de comunidades tradicionais (sejam elas indígenas, quilombolas, camponeses etc), que muitas vezes passaram por um processo forçado de adaptação de suas tradições com o único objetivo de servirem como atrativo aos turistas, sem sentido algum à sua existência e manutenção de sua identidade. Se “preservação” remete a algo intocável, estático, que não pode sofrer alteração,

quando tratamos de cultura, a compreensão se torna ambígua se pensarmos em “preservação da cultura” ou “preservação da história”. Sobre esta compreensão, Calvente (2004, p. 10-11) ressalta:

A cultura existe em processo, em movimento, convive com a realidade dinâmica do cotidiano e transforma a si própria sempre que necessário. É ambígua e, ao se compreender a cultura dentro do seu processo social e dinâmico de produção, fica impossível pensar uma política protecionista de preservação da cultura como algo estático, porque ela é dinâmica. [...] No caso do turismo, a condição para que as culturas populares sobrevivam, na sua própria lógica e dinamismo, é a possibilidade de manutenção do território e sua valorização social.

O que se observa na dinâmica da Rota do Café é a busca constante 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).

De acordo com levantamento feito por Lobo e Serenato (2008), relatos sobre a cultura do café foram ouvidos, em várias cidades do norte do Paraná, durante o diagnóstico turístico. O café teve importância econômica e sociocultural significativa para parte da população desta região e mesmo não sendo mais visualmente percebidos (pela diminuição das áreas produtivas), os elementos contidos na memória, na história de vida das pessoas, nas edificações, ou seja, na cultura da região, compõem o patrimônio cultural das localidades.

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 (1997a, 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)

Outros objetivos da associação elencados no estatuto, como 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 *souvenires* 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 forma 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.

Citamos como exemplo a Fazenda Palmeira que, além da produção de café, também realiza em sua propriedade do beneficiamento até a embalagem e comercialização. Após o ingresso na Rota, passou a receber grupos de visitantes tanto com objetivos técnicos quanto de lazer e também a comercializar o artesanato e outros produtos fabricados no local (geleias e compotas). Na Boleria Dom Leonardi, além da atividade fim de comercialização de bolos e outros produtos alimentícios, a proprietária realiza pequenos eventos de cunho cultural, com intuito de fomentar o empreendedorismo local, o autoconhecimento, a valorização da memória local.

O que também se pratica é a comercialização dos produtos de empreendimentos associados e parceiros, por exemplo, encontramos na boleria Dom Leonardi, geleias e patês produzidos na Chácara Marabu; no Armazém Café é vendido os produtos da Artesanu; se constituindo assim um meio de cooperação entre os associados.

Valente (2015) realizou um levantamento dos principais desafios da Rota e alguns dos apontamentos foram: apenas um terço dos empreendedores não se envolve com as ações da Rota; o comprometimento do grupo como um todo é baixo (existindo um pequeno grupo de pessoas mais engajadas e são as que tomam a frente

e querem participar das ações); já havia perspectiva de que muitos associados se descredenciariam da Rota quando houvesse a criação da Associação, pois teriam que colaborar financeiramente para sua manutenção (o que veio a se firmar a partir de janeiro de 2016); ausência das agências de turismo nas reuniões da Rota e baixo engajamento das mesmas na oferta de roteiros turísticos ao mercado; comunicação truncada entre empreendedores e agências de turismo; falha na comercialização dos roteiros, pois até o momento dependiam inteiramente das agências para a comercialização e oferta ao público; a Rota não é prioridade para algumas pessoas; muitos têm mão de obra reduzida em seus empreendimentos e, como a Rota não proporciona retorno rápido, não disponibilizam tempo para participação e engajamento.

No final de 2015 se iniciou um trabalho de estudo de posicionamento de marca (*branding*) com uma empresa de gestão de marcas. Por meio de uma metodologia colaborativa de *branding* (ou seja, quando as pessoas diretamente envolvidas na gestão de um dado negócio efetivamente participam da construção da sua marca), o objetivo foi construir formas de elevar o fluxo de turistas na Rota do Café; aumentar a visibilidade da Rota do Café e divulgar a cultura da região; definir e potencializar estrategicamente os públicos de interesse dentro da Rota; criar novas estratégias para promover a Rota do Café; criar força na Associação Rota do Café; reduzir a não-participação de alguns empreendedores dentro da Rota (VALENTE, 2015).

Os empreendedores entrevistados para a presente pesquisa mencionaram que este momento foi importante para que pudessem ter um panorama de quais eram os pontos fortes e os aspectos que seriam necessários melhorar já que a etapa seguinte do caminho da Rota seria por meio da associação. Foi uma oportunidade de imersão nos assuntos da Rota, no qual buscavam compreender o que seria necessário para a Rota do Café alavancar no sentido de participação dos visitantes, já que, a partir de pesquisa realizada em 2014 e 2015 pelo Sebrae, muitas pessoas conhecem e tem interesse pela Rota do Café e as possibilidades que ela traz de compreensão da história da região e vivências do café. Apesar de ser um trabalho de imersão para o posicionamento da marca, foi trabalhado com os empreendedores também, os fundamentos de um trabalho como associação,

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).

Podemos 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 temos 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).

A ARC é composta por associados e parceiros. Os associados são os empreendedores que contribuem com uma taxa anual para manutenção da associação e possuem poder de voto nas assembleias e os parceiros são entidades públicas ou privadas que possuem a função de apoiadores das ações da associação, atuando de forma conjunta e participativa, alinhados com os objetivos da ARC, sendo isentos da contribuição associativa e sem direito a voto.

A administração da ARC é composta pela assembleia geral (reunião de todos os associados); diretoria executiva (responsável por administrar a ARC e se fazer cumprir o estatuto social); conselho fiscal (responsável pela situação financeira da ARC) e comitê técnico (responsável por avaliar o ingresso de novos associados e apoiar as ações de nível técnico desenvolvidas pela ARC).

A consultora em turismo 2 explica que, como um dos objetivos da ARC é atrair e qualificar novos associados, ampliando a oferta de atrativos na Rota, ela auxiliou a equipe do comitê técnico a elaborar o Guia de Normas e Procedimentos, que contém normas e procedimentos para os atuais e para os futuros associados da ARC (para empreendimentos ligados a agências e guias de turismo; alimentação e agroindústria; artesanato e cultura; meios de hospedagem e empreendimentos de lazer).

O propósito deste guia, segundo a consultora em turismo 2, é colaborar com a melhoria contínua dos serviços prestados aos visitantes, tendo como objetivo que a atividade se desenvolva de forma organizada, beneficiando os envolvidos.

Quando a atividade turística é planejada e executada de maneira comprometida com a maioria da população, pode gerar efeitos positivos como geração de emprego, complementação de renda, estímulo a outras atividades produtivas, valorização da

história e cultura local e sentimento de pertencimento, maior integração da população, melhoria da autoestima, conservação de elementos da paisagem (naturais e culturais), inclusive evitar a degradação ambiental. Por outro lado, o turismo hegemônico costuma ser, basicamente, excludente e pouco preocupado com os impactos ambientais, principalmente se eles não forem visíveis (CALVENTE, 2004).

Sabemos que não há, numa compreensão dialética do mundo, apenas aspectos positivos da ação humana no espaço geográfico. Se o turismo (ou qualquer outra atividade humana que estivermos tratando) não for planejado, implementado e gerido em pequena escala, dando importância, sobretudo, à comunidade local e que seja de mínimo impacto, este não será entendido como um vetor para o desenvolvimento local. Dentre alguns possíveis impactos negativos, podemos destacar: degradação dos elementos dos sistemas naturais; poluição; diminuição da segurança quando a atividade turística cresce de forma descontrolada; especulação imobiliária; ocupação desordenada; encarecimento do custo de vida; falta de apoio do poder público e da iniciativa privada etc.

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, seja reivindicando melhorias nas condições básicas locais (saúde, educação, moradia), ou alternativas de renda para a localidade (como por exemplo o turismo). 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).

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 as consultoras em turismo 1, 2 e 3 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” (NITSCHÉ, 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, como salientado pela presidente da associação, havia também, segundo as consultoras em turismo 2 e 3, 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, como já comentado anteriormente. 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 seria 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 da Rota, pois não conseguiram assumir as responsabilidades que viriam com a formalização da associação.

Nos últimos anos houve uma diminuição das propriedades associadas à Rota e a presidente da associação comenta que, apesar de muitos empreendimentos fazerem parte da Rota no início, não eram “presentes”, não participavam da tomada de decisões, esporadicamente participavam de algum evento quando eram acionados. Até 2015 como o Sebrae tinha todo o aporte financeiro e estava à frente, isso para os empreendedores era interessante, pois não tinham muitos gastos e tinha mídia espontânea, divulgação, visibilidade, pois quando está o nome do Sebrae há um “peso” maior. Mas com a finalização do projeto pelo Sebrae e a criação da associação independente, houve mesmo essa queda no número de empreendedores associados, de quem não quis “abraçar a causa”, porque acharam que não ia agregar valor, e realmente quem ficou foi quem “abraçou a causa”. Segundo esta entrevistada, “é ter a paixão pelo negócio e gostar daquilo que está fazendo e pelo próprio vínculo de amizade que se cria, porque são muitos anos juntos, porque são as pessoas que vem participando ativamente nestes anos”.

Para os interessados em ingressar na ARC, existem alguns critérios como: receber e atender turistas e/ou elaborar e dispor de produtos e serviços com a temática do café e dispor de equipe (mão de obra familiar ou contratada), com disposição para o atendimento ao público.

O comitê técnico foi formado para ser responsável por analisar as propostas de ingresso de outros empreendimentos na Rota. Há um questionário para avaliar alguns pontos como: gestão, qualidade, “sustentabilidade” etc.

De acordo com o Guia de Normas e Procedimentos (2015), no quesito gestão e qualidade, em linhas gerais, são analisados aspectos como: sistema de confirmação de reservas; retorno aos clientes dentro de 24 horas; capacitação permanente da equipe; comunicação eficaz com sua equipe e parceiros; recomenda-se que a logomarca da Rota do Café esteja sempre nos produtos e distribuídos pelo estabelecimento; os espaços para recepção e atendimento aos turistas devem estar sempre limpos e organizados, cobertos e com infraestrutura mínima para acomodá-los de forma confortável e segura, iluminação interna e externa, sanitário feminino e masculino, lixeiras, vias de acesso em bom estado, sinalização básica interna e externa e manutenção periódica dos espaços e da mobília; o responsável pelo atendimento dos grupos deve prestar informações sobre o local e arredores, contextualizando sua localização; recomenda-se o uso de uniforme e/ou crachá de identificação; ter local adequado para estacionamento de carros e ônibus; é importante a realização da avaliação pós-venda (ou seja, verificar o nível de satisfação pelos serviços prestados ou produtos comercializados); a temática “café” deve ser marcante nos produtos e/ou serviços oferecidos; itens de segurança, como sistema de combate à incêndio, *kit* de primeiros socorros, áreas que oferecem risco devem ser mapeadas e vistoriadas frequentemente, produtos alimentícios artesanais comercializados no estabelecimento devem conter embalagem com etiqueta mencionando data de fabricação e validade etc.

Existem também normas e procedimentos específicos para cada tipo de estabelecimento: serviços e produtos alimentícios, agências de turismo, empreendimentos de artesanato e cultura, meios de hospedagem, empreendimentos de lazer, ecoturismo e turismo de aventura.

Quando nos referimos à qualidade, tanto em um estabelecimento comercial, quanto em uma propriedade rural ou em um município que elege o turismo como atividade de seu cotidiano, suas ações devem estar respaldadas na ideia generalizada entre a população envolvida que a presença dos visitantes é desejável, para que seja viável a mobilização dos envolvidos para o bem receber, o acolhimento, prezando pelo

conforto e segurança de quem o visita. “A busca da qualidade [...] implica um esforço comum de todos que lidam, direta ou indiretamente, com o turista, no sentido de apresentar-lhe adequadamente seus atrativos [...]” (TEIXEIRA, 2002, p. 97).

Geralmente o turismo é composto por um aglomerado de serviços prestados aos turistas, quase simultaneamente, e a má qualidade de qualquer um deles, pode gerar uma experiência negativa, que pode afetar a avaliação do “conjunto” e comprometer o desenvolvimento das demais atividades. Por exemplo, se a comida do restaurante for excelente e o atendimento do garçom for péssimo, como será a avaliação do cliente? A mesma situação em uma pousada: se os anfitriões são hospitaleiros, mas o quarto está sujo e desarrumado ou a cama quebrada, a experiência que o turista teve em seu pernoite não será agradável. Ou também: uma família compra um pacote com uma agência de turismo para um roteiro de um dia. Se na cafeteria for servido um café de baixa qualidade dos grãos, se o monitor que conduzirá o grupo no museu apenas acompanhá-los sem ter informações contextualizadas e auxiliá-los na interpretação do patrimônio existente no local, se os anfitriões da chácara não estiverem prontos a receber o grupo em sua propriedade (aguardando-os na porteira do sítio) e dispostos a caminhar pela propriedade e ao final do roteiro e o motorista da van tentar chegar à pousada rural e a estrada estiver interditada por conta da ponte que caiu com a chuva forte da semana anterior e o proprietário não ter avisado o grupo sobre o problema? Como será a experiência do visitante? Ele estará satisfeito? Ele vai voltar? Qual a responsabilidade que cada um teve com seus clientes?

Mas qualidade se refere apenas ao turista? Não! O desenvolvimento do turismo deve ser de qualidade também para as comunidades receptoras (seja a população de uma cidade, os moradores de um bairro, uma família que está à frente de um empreendimento). Qualidade no sentido de geração de renda, de ter um ambiente com respeito e segurança, de troca de experiências, de desenvolver atividades que causem o mínimo impacto ao local, de não ter a descaracterização do seu cotidiano.

No quesito “sustentabilidade” (também mencionado no Guia de Normas e Procedimentos), os empreendimentos associados à ARC e os que possuam interesse em fazer parte, devem se comprometer com as três dimensões (ambiental, sociocultural e econômica).

Dimensão ambiental: utilizar-se dos recursos naturais com o mínimo de impacto e respeitando a legislação ambiental vigente; monitorar e evitar o desperdício de água, energia e alimentos; reduzir a geração de resíduos, realizar a separação e dar a destinação correta; utilizar medidas para minimizar a impermeabilização do solo; não utilizar ou utilizar em menores dosagens os defensivos agrícolas químicos nas plantações; contribuir para a recomposição de áreas degradadas.

Dimensão sociocultural: valorizar a história e a cultura cafeeira; manter e promover as manifestações culturais do empreendimento; adquirir preferencialmente insumos e produtos do entorno, assim como contratar serviços e trabalhadores também do entorno; remunerar seus colaboradores de forma justa e compatível, conforme legislação vigente; promover ações que contribuam para o desenvolvimento das comunidades locais.

Dimensão econômica: utilizar práticas empresariais e de gestão adequadas, assegurando a viabilidade econômica do empreendimento; realizar ações integradas, como parcerias na venda de produtos, indicação de fornecedores e serviços dos empreendimentos associados à Rota do Café; atribuir preço justo aos serviços e produtos comercializados (justo para quem comercializa e também para quem usufrui); avaliar constantemente a satisfação dos clientes e parceiros; realizar adequações frequentes, levando em consideração as necessidades e avaliações dos clientes.

Apesar de muitos empreendimentos estarem buscando agora se adequar aos quesitos de “sustentabilidade”, alguns empreendedores já tinham como premissa de seus trabalhos a preocupação com aspectos ambientais, socioculturais e econômicos, às vezes dando ênfase em alguma dimensão em detrimento de outras, mas dificilmente se consegue implantar todos os quesitos satisfatoriamente. O sentido da sustentabilidade é polêmico nas discussões da Geografia e não se pretende nesta pesquisa seu aprofundamento. Mas é relevante salientar que, conforme discute Luchiari (2000, p. 127-128),

O desenvolvimento regional pode ser planejado, equacionando da melhor maneira as relações entre interesses econômicos, sociais, políticos e daqueles que lutam pela preservação de ecossistemas naturais. Mas dificilmente ele será sustentável em todas estas dimensões. As noções de desenvolvimento econômico e sustentabilidade (natural e social) são quase

antagônicas, podendo colocar em risco a seriedade ou a credibilidade de um planejamento sério. A ideologia da sustentabilidade é limitada pela própria economia de mercado. Um bom planejamento urbano e regional não precisa incluir este discurso equivocado para legitimar e pôr em prática o reordenamento territorial e o desenvolvimento econômico regional.

É de conhecimento tanto da gestão do Sebrae quanto dos associados da ARC que há um nicho de mercado no turismo que não se ocupa de grandes grupos, de atrativos padronizados e massificados, mas que busca manifestações e bens culturais locais, vivências e experiências diferentes de seu cotidiano, e que valoriza produtos regionais. Este público ainda é pequeno, mas quando a atividade se desenvolve desta forma proporciona menores impactos negativos.

O modelo de turismo de massa ou estandardizado, vigente há mais de quatro décadas, já não é o mais adequado para lograr a competitividade de empresas e de núcleos turísticos. Uma nova era do turismo está se consolidando, exigindo qualidade, espaço para o turismo personalizado, com exigência de sustentabilidade social e ambiental e de competitividade com qualidade e eficiência, sugerindo, assim, novas formas de fazer turismo. (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 89-90)

A presidente da associação explica que a proposta é de que um membro do comitê técnico vá até o empreendimento para apresentar o guia de normas e procedimentos. Após a visita o empreendedor analisará as condições da associação e, se houver interesse, membros do comitê técnico vão até o empreendimento para realizar o diagnóstico de inspeção, baseado no guia de normas e procedimentos da ARC, a fim de avaliar as condições para a participação na Rota do Café. Caso seja definido seu ingresso na Rota, a equipe técnica faz a devolutiva do diagnóstico ao empreendedor, apontando orientações para adequações e oportunidades de melhoria de imediato, em curto (seis meses a um ano) e médio (um a dois anos) prazo.

Na visão da consultora em turismo 2, sobre esses requisitos, nenhum deles “é um bicho de sete cabeças”. Para o Sebrae e para a ARC, as regras solicitadas aos empreendimentos já existentes e também para os novos, servem para que se tenha um mínimo de qualidade no serviço prestado e não para encarecer o investimento no empreendimento ou para descaracterizá-lo e perder sua identidade.

Como um exemplo citado durante a entrevista: na visita à uma propriedade interessada em ingressar na Rota, no momento em que o comitê técnico caminhava pela propriedade rural para o diagnóstico, um integrante da equipe comentou que seria necessário ter placas de indicação dentro da propriedade, para facilitar o deslocamento do visitante. A proprietária assustada imaginou que teria que ter um investimento alto para as adequações, mas o técnico respondeu que isso não era necessário, que ela poderia fabricar, por exemplo, as placas com madeira ou algum outro material que ela quisesse reutilizar, pois além de reaproveitar materiais e ter baixo investimento, não descaracterizaria o lugar. Outro caso nesta mesma propriedade: a proprietária gostaria de ofertar o café da tarde para os visitantes, mas questionou o técnico se teria que construir algo, pois não tinha um local projetado para isso. Ao percorrer a área da propriedade, o técnico percebeu que havia um barracão subutilizado nas proximidades da sede e sugeriu que, após uma reforma, o local poderia ser utilizado para as refeições, recepção dos visitantes e outras atividades.

Ao adaptarmos as formas encontradas na paisagem estamos usando uma resposta às necessidades ou funções do presente, mesmo que seja uma refuncionalização, partindo-se da ideia que “[...] a forma só se torna relevante quando a sociedade lhe confere um valor social” (SANTOS, 1997c, p. 54). A permanência na paisagem de objetos (formas) do passado é importante (no turismo inclusive) como maneira de conservar elementos da cultura de uma comunidade, para valorização de sua história tanto por parte dos residentes quanto pelos visitantes.

Pode ser que um empreendimento tenha mais dificuldade em se adequar em um quesito do que o outro, mas em termos gerais, se o empreendedor atende os requisitos ou se propõe a atendê-los dentro do prazo, o nível de investimento (financeiro, tempo etc) que será despendido no local irá de acordo com a possibilidade do empreendedor, ou seja, caso seja de seu interesse, ele pode investir na construção de um espaço maior para recepção de visitantes ou na construção de unidades habitacionais, como o caso citado acima. Mas se quiser adaptar o que já existe, com custo mais baixo, também pode cumprir a exigência do requisito desta forma.

Se pensarmos que a atividade turística que se busca na Rota do Café possui características divergentes do turismo massificado, que seja direcionado a possibilitar

benefícios socioculturais e econômicos aos empreendedores e demais envolvidos, os requisitos relacionados à gestão, qualidade e “sustentabilidade” fazem sentido.

Sobre a importância de se criar a associação, a presidente da associação explica que a associação tem que gerir o produto Rota do Café da melhor forma e em grupo, para dar continuidade ao trabalho iniciado pelo Sebrae. É necessário atender a demanda de vários interesses, para englobar a diversidade que a região tem, para que o turista perceba que não é só fazer o passeio na fazenda, ou só degustar o café especial na cafeteria, mas na verdade é um conjunto de empreendimentos, tentando fazer com que o turista se envolva com a abordagem histórico-cultural local do café. Cada empreendimento tem uma história envolvendo o café e é essa história que deveria ser importante para o turista. A presidente da associação enfatiza que se perguntar para o turista, cada um vai ter uma experiência e uma vivência diferente indo no mesmo lugar. Ela cita o exemplo da Fazenda Palmeira, que desenvolve um trabalho relacionado à cafeicultura, em que os proprietários da fazenda contam a história do lugar, sobre o pioneirismo do avô e do pai, e a relação que eles têm com a terra. A vivência e a percepção de sentir a emoção do vínculo com a terra, isso é o que os proprietários querem transmitir aos turistas.

Quando o assunto é a percepção das principais mudanças já sentidas, se compararmos o antes e o depois da criação da associação, a presidente da associação diz que foi positivo, um aprendizado enorme de como trabalhar em grupo. “Estamos aprendendo ainda a deixar um pouco o individualismo de lado não só como pessoa, mas do empreendimento. Eu trabalho pela Artesanu Produtos Orgânicos, com a fabricação de geleias e frutas desidratadas, mas tenho que trabalhar pelo menos duas a três horas por dia em prol da Rota, do grupo”. A entrevistada percebe que esse aprendizado ainda não está nivelado com todas as pessoas dos empreendimentos da Rota (pois cerca de metade dos associados e parceiros não estão efetivamente participando das reuniões e tomada de decisões).

A intenção da presidente da associação, conforme declarado, não é delegar ordens, mas sim compartilhar a gestão. Este é um desafio, pois a associação é recente e os desafios são grandes: de ter que “andar com as próprias pernas”, sair da facilidade que se tinha dentro do Sebrae (pois já tinha tudo organizado no planejamento estratégico) e ir para a pró-atividade, ter que fazer seu próprio

planejamento e estão todos num aprendizado constante, e não são todos os empreendimentos que compreenderam isso, pois alguns não conseguem ainda trabalhar em grupo e compreender que o trabalho na associação é para um bem maior, que deveria ser para benefício de todos, de acordo com a presidente da ARC.

Na opinião da consultora em turismo 2, como consultora do Sebrae para a associação, um aspecto muito positivo desta mudança na gestão da Rota do Café é que agora os empreendedores realmente “colocam a mão na massa”, se organizam, planejam as ações, tomam decisões, realmente se entregam ao trabalho, o que até o ano passado quem fazia era o Sebrae. A mesma tem percebido que agora, como não vem tudo estabelecido pelo Sebrae, os integrantes se mobilizam mais, se envolvem com mais profundidade, se apropriam do que já é deles e percebem que a Rota do Café só poderá ter sucesso se todos se empenharem para um bem comum.

A consultora em turismo 2 menciona que, como ela acompanhou o processo de transição de gestão do Sebrae para a gestão pela associação, percebeu que foi um processo bastante difícil para ambos os lados. Um número considerável de associados e parceiros não quis mais participar da Rota do Café, por motivos diversos (como por exemplo, não querer/poder contribuir financeiramente para o funcionamento da ARC), mas principalmente por não estar disposto a se comprometer com um tempo de dedicação que seria necessário para que a Rota se desenvolvesse cada vez mais, segundo a mesma.

Ao percorrer os empreendimentos que compõem a Rota do Café o visitante tem a oportunidade de conhecer paisagens com belezas cênicas naturais e aspectos culturais que buscam resgatar as particularidades da cultura cafeeira. Vamos, na sequência, conhecer os empreendimentos associados e parceiros que compõem a Rota do Café e a partir deste momento analisando a paisagem e o patrimônio dos empreendimentos, estes que estão agrupados de acordo com sua localização: empreendimentos localizados no espaço rural e empreendimentos localizados no espaço urbano.

Espera-se que a análise das paisagens na perspectiva do patrimônio material e imaterial, feita a seguir, possa contribuir para que a Rota do Café seja cada vez mais valorizada pela população local e pelos visitantes.

4 PAISAGEM E PATRIMÔNIO NA ROTA DO CAFÉ

Mesmo com a diversidade de atrativos na Rota do Café, as paisagens são mais significativas no meio rural. As paisagens rurais apresentam uma sociodiversidade e biodiversidade que podem ser aproveitadas como atrativos turísticos. A região norte paranaense tem marcada em sua paisagem elementos materiais e simbólicos da época auge da economia cafeeira.

As paisagens rurais podem proporcionar um “retorno simbólico” ao passado rural, ao mesmo tempo em que permite momentos de aprendizado, descanso e lazer. Tornam-se assim atrativos: “[...] pequenas igrejas e museus, de colheitas, festas, costumes e crenças tradicionais, romarias, artesanato e comidas típicas, valorizando os produtos específicos do local” (CALVENTE, 2004, p. 11).

Os elementos naturais e culturais que compõem as paisagens rurais podem ser considerados como patrimônio de determinada sociedade, tornando-se importantes para as pessoas que dela fazem parte, pois é na relação com o patrimônio que se ressignifica a memória de um povo.

Para este trabalho, para uma melhor compreensão da importância das paisagens e do patrimônio os empreendimentos da Rota do Café foram divididos em: associados na área rural; ex-associados na área rural; associados na área urbana e parceiros.

4.1 ASSOCIADOS NA ÁREA RURAL

De acordo com Naranjo (2004), a primeira condição para considerar a paisagem como patrimônio reside em sua valorização social e na aceitação de que é um componente essencial do espaço vivido. O autor contribui ao discutir a relação entre paisagem e patrimônio, enfatizando que a análise da paisagem deve conter os seguintes princípios e critérios gerais:

- Todas as paisagens atuais, inclusive as que possuem grandes transformações pela ação humana, tem um fundamento natural (em sua origem e disposição geológica, em sua composição mineral, na presença de água e elementos vivos etc) que deve ser conhecido com detalhes em sua dinâmica;

- Para as manifestações ou elementos do passado que permanecem na paisagem e que sejam singulares ou alcancem a condição de elemento paisagístico significativo, é necessário reconhecê-los e estabelecer as atribuições simbólicas ou identitárias que tenham para as comunidades locais ou regionais;

- Nas paisagens de dimensões amplas que tenham atribuídos valores patrimoniais naturais (áreas protegidas) e culturais (sítios históricos, lugares com tradição de celebração etc), a consideração de seus aspectos paisagísticos deveria formar parte dos instrumentos que regulam sua conservação;

- Os marcos paisagísticos que servem de referência para a identificação de lugares e para a localização (construções isoladas, grandes rochas e árvores, perfis singulares do relevo etc.) deveriam ter atribuído um sentido patrimonial específico. De fato muitos deles já têm, por diferentes vias, sido considerados sítios sagrados, monumentos naturais e lugares protegidos;

- Os elementos paisagísticos que por si mesmos e em sua combinação com outros fatos proporcionam singularidade a determinadas paisagens poderiam ter sua condição patrimonial regulada.

Segundo Font (1992) nossa relação sensorial com as paisagens é global e não apenas visual e como salienta Rodrigues (1999, p. 47), “[...] ler a paisagem é muito mais complexo do que *ver* e perceber a paisagem”. As paisagens são feitas de sons, odores e outras impressões sensoriais que vão muito além do que se vê.

É importante lembrar que Cosgrove (1998) salienta que a paisagem possui componentes objetivos e subjetivos devido aos significados contidos nela atribuídos pela sociedade por meio também da materialização de suas ações.

Embora a paisagem seja carregada de atributos subjetivos, possui também qualidades intrínsecas. Pires (1999, 2005) apresenta um método de avaliação das qualidades visuais da paisagem litorânea de Santa Catarina que, dentre outras

características, leva em conta as seguintes variáveis: *diversidade* - pois uma paisagem com variados elementos é mais valorizada do que uma paisagem homogênea; *naturalidade* - quanto mais próximo das condições naturais locais e com menos interferência humana, mais as paisagens são valorizadas; *singularidade* - existência de elementos naturais ou antrópicos que são atrativos “pelo seu caráter de unicidade, escassez, força, valor tradicional ou interesse histórico” (PIRES, 1999, p. 168) e *atuações humanas*, também chamado de *detratores* – que introduzem elementos artificiais na paisagem, modificando as características naturais e que causam impacto negativo no observador.

Calvente (2003) apresenta alguns elementos culturais que são significativos na avaliação da paisagem: atividades produtivas diversificadas; balneários; colônias de imigrantes; comércios e feiras com venda de artesanato; festas com temas rurais, tradicionais ou folclóricas; informações contextualizadas da cultura local; obras artísticas; obras que demonstrem avanços técnicos e científicos; gastronomia típica; patrimônio arquitetônico; pequenos museus e recursos paleantropológicos, dentre outros. Da mesma forma a autora apresenta elementos naturais importantes para a atratividade como: alto índice de insolação; espécies vegetais nativas; fauna silvestre; relevo acidentado; recursos geológicos; rios piscosos, encachoeirados e de montanhas e demais superfícies d’água. A autora salienta que “[...] é a lógica social que vai determinar se um determinado aspecto dos sistemas naturais vai ser considerado turístico ou não” (CALVENTE, 2003, p. 3). A integração entre os elementos de origem humana e aqueles de origem natural é responsável pela rica diversidade e diferenciação das paisagens rurais (PIRES, 2003).

Ao avaliar a ***diversidade*** das paisagens, consideram-se tanto os elementos naturais quanto os culturais e também sua expressão estética (forma, cor, textura, linha). Pires (2003) ao analisar o potencial das paisagens rurais complementa a avaliação observando que a presença de culturas agrícolas diversificadas, fragmentos irregulares de vegetação, superfícies d’água e atividades humanas materializadas como estradas, cercas, galpões, residências, entre outros, “[...] aumentam a diversidade paisagística pelo contraste de formas, volumes, linhas e cores [...]” (PIRES, 2003, p. 128).

Para avaliar a variável **naturalidade**, Pires (2003) comenta que o meio rural se localiza em uma posição intermediária dentro do gradiente de modificação humana, pois ao mesmo tempo em que ainda conserva elementos da natureza também apresenta diversas marcas da atuação humana. Quanto mais elementos naturais a paisagem possui, mais próxima de seu estado original.

Ao tratarmos da **singularidade**, relacionamos a existência de elementos de origem natural, como feições geomorfológicas, espécies raras de fauna e flora, sítios paleontológicos, ou manifestações de origem humana, que sejam encarados como raridade, antiguidade, excepcionalidade, ou seja, que as tornam singulares (PIRES, 2005).

Como ausência de **detratores** podemos considerar qualquer materialização da atividade humana que incide negativamente na natureza e na composição dos elementos da paisagem e podem influenciar em sua qualidade e potencialidade turística. Como salienta Pires (2005, p. 419) “[...] são resultantes de atividades humanas que imprimem um aspecto de ‘artificialização’ e distanciamento das condições naturais da paisagem”. Assim, podemos citar: resíduos dispostos de forma irregular, poluição, erosão, desmatamento e construções que destoam das características locais, entre outros.

O método de análise da paisagem utilizado por Pires (1999, 2005) pode ser considerado um método de avaliação da paisagem independente dos usuários; um método indireto de avaliação da qualidade visual e, também, como um método de avaliação da paisagem por componentes. Lembrando que, segundo Silva (1999, p. 119) “É, porém, vital compreender que a paisagem é muito mais que o somatório dos diferentes elementos. O conjunto é incomparavelmente mais valioso que a soma dos elementos que o constituem”.

Além do método de avaliação da paisagem de Pires, Lampton (2006) no documento *The Roadscape Guide*, apresenta ferramentas para inventariação, avaliação e conservação das paisagens culturais cênicas dos corredores rodoviários, atribuindo uma pontuação às variáveis com a finalidade de identificar a paisagem cênica, sendo: **Contraste**: elementos claramente discerníveis na paisagem existindo lado a lado, em locais onde facilmente se percebe os limites dos elementos como água, mata, plantações, sítios, edificações etc.; **Ordem**: recursos naturais e culturais

formam padrões que fazem sentido na paisagem; **Camadas**: quando sobrepostas na paisagem, permitem a criação de sensação de profundidade; **Pontos focais**: elementos pontuais que atraem o olhar do observador por sua forte presença; **Originalidade**: elementos que possuem caráter de excepcionalidade, ou seja, são simbólicos a uma dada região (assemelha-se à classificação de “singularidade” de Pires) e **Integridade**: permanência de elementos/características naturais ou culturais inalterados de períodos anteriores.

Conforme salientam Souza, Passos e Yamaki (2013, p. 175) que tiveram como base o método de Lampton de análise da paisagem cênica de Guaraqueçaba/PR, o que se observa, via de regra, é a abordagem simplória da paisagem que se faz no turismo, e amplamente utilizada pela publicidade em geral, em que os mesmos elementos são identificados aos visitantes e que muitas vezes não há relação com o lugar, ou seja, “[...] sempre igreja, cachoeirinha, portal da cidade, e muitas dessas coisas não estão relacionadas com a cultura local”.

No presente trabalho, além de Pires (1999, 2003 e 2005) e Lampton (2006), será utilizada para a leitura da paisagem e potencialização da atratividade turística destas paisagens, as modalidades sensoriais de acordo com Rodrigues (1999, p. 46), pois “A paisagem contém a energia necessária para estimular as dez modalidades sensoriais que se combinam na percepção. Cada sentido se especializa em captar uma parte da realidade”. Cosgrove (2002) também relacionou os sentidos às paisagens.

Com a **visão**, se enxerga os objetos dentro do campo abrangido pelos olhos, distinguindo os objetos, suas formas, cores, tamanhos, brilhos e movimentos. A visão é seletiva e reflete a experiência que cada indivíduo possui, ou seja, cada pessoa vê o que percebe, de acordo com seus interesses individuais. O **sentido sinestésico** possibilita a percepção do movimento; o **olfato**, que capta o odor da paisagem, é importante para a formação da imagem e da memorização, assim como é importante a **audição** e reconhecimento dos sons; por meio do **tato**, as pessoas percebem a textura dos objetos, tanto ao tocar quanto ao ser tocado; o **sentido vestibular** permite a sensação de equilíbrio; e a **sensação térmica** no contato do corpo com o sol, com o vento, com a água. Contemplam também a percepção de outras modalidades como a **dor**, que serve como proteção do indivíduo; o **paladar**, ao provar os sabores da

gastronomia local e o **sentido químico**, ao ter reações alérgicas em contato com algumas espécies da fauna e da flora que possuem substâncias agressoras ao organismo. O aparelho cognitivo tem importância fundamental na apreensão das paisagens (SANTOS, 1997a).

A tudo isso acrescenta-se a experiência individual, constituída da bagagem cultural e da história de vida, de pensamentos e sentimentos. [...] Envolve uma visão de mundo, consciente e inconsciente, sempre subjetiva e permeada pelo imaginário. (RODRIGUES, 1999, p. 47)

Assim, para a análise das paisagens apresentadas nas propriedades rurais da Rota do Café, pontuar-se-á as variáveis *diversidade*, *singularidade* e *detratores* de Pires (1999) e também *contraste*, *camadas*, *pontos focais* e *integridade* de Lampton (2006). Acrescentou-se também um item referente às modalidades sensoriais que mais se destacam e também que poderão ser potencializadas nestas paisagens (a partir de Rodrigues, 1999).

Às variáveis relacionadas serão atribuídos valores (pontuação) que vão de 01 a 03, sendo que quanto mais alta a pontuação, maior é a atratividade da paisagem, conforme quadro 03 a seguir. No quadro 04 há uma síntese das variáveis utilizadas na análise das paisagens e seu significado para melhor compreensão.

Quadro 03 – Pontuação das variáveis para análise das paisagens

Pontuação	Significado
01	Pouco significativo na paisagem ou ausência dele. Não são elementos que propriamente definem a paisagem.
02	Nível intermediário.
03	Pontuação máxima, os elementos que se destacam na paisagem recebem essa pontuação.

Org.: OLIVEIRA (2017). Baseado em: SOUZA; PASSOS; YAMAKI (2013).

Quadro 04 – Síntese das variáveis utilizadas na análise das paisagens e seu significado

Variável	Significado
Diversidade	Variedade de elementos na paisagem que estejam em harmonia.
Camadas	Planos de visualização.
Contraste	Limites dos elementos claramente perceptíveis.
Singularidade	Presença de elementos raros, excepcionais, que tornam as paisagens singulares.
Integridade	Permanência de elementos naturais ou culturais inalterados de períodos anteriores.
Detratores	Qualquer materialização da atividade humana que incide negativamente na paisagem.
Pontos focais	Elementos pontuais que atraem o olhar do observador.

Org.: OLIVEIRA, 2017. Baseado em: PIRES (1999, 2003 e 2005) e LAMPTON (2006).

Por meio de imagens de paisagens analisadas, foram avaliadas quatro paisagens de cada propriedade rural que compõe a Rota do Café, no sentido de atribuição de valores às variáveis referentes às qualidades visuais da paisagem que estão nas imagens. Por meio das experiências obtidas nas vivências durante os trabalhos de campo também foi possível analisar as potencialidades locais.

4.1.1 Fazenda Palmeira

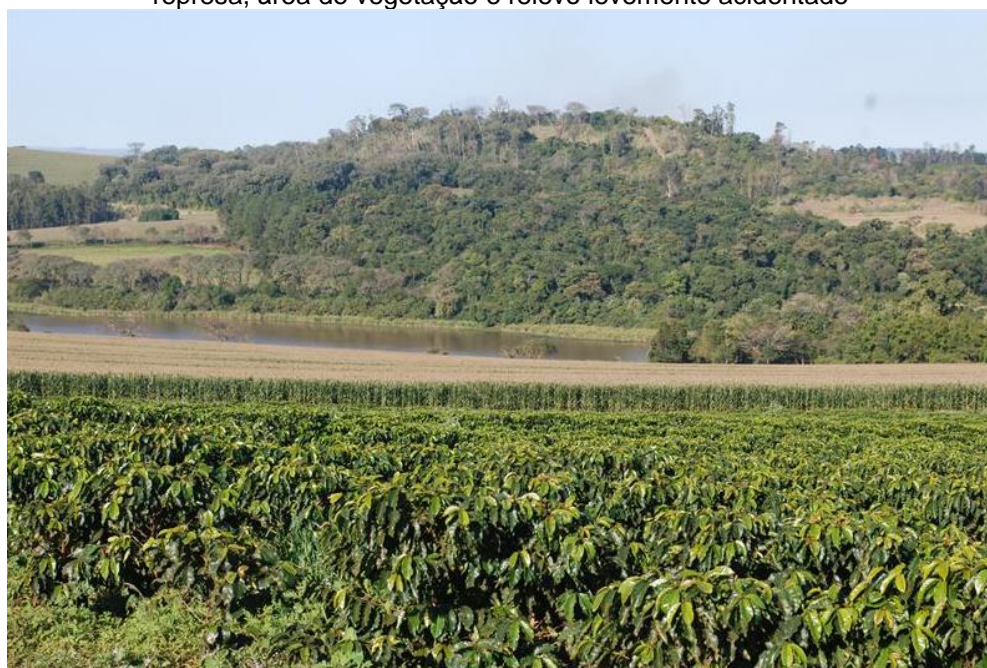
Localizada no município de Santa Mariana (83 quilômetros de Londrina), a Fazenda Palmeira é um dos atrativos âncora da Rota, por ser uma fazenda produtiva de café. No dia 12 de novembro de 2017 foi realizado um trabalho de campo na propriedade para fotografar, buscar elementos para a análise da paisagem e também para entrevistar Cornélia Gamerschlag, uma das proprietárias da fazenda e responsável pela condução dos grupos de visitantes.

Fundada por uma família de suíços em 1942, as terras (cerca de 2.420 hectares) das fazendas Figueira, Palmeira e Araruva foram compradas pelo avô de Cornélia. Segundo a proprietária, em 1970 as fazendas foram desmembradas entre os filhos e a Fazenda Palmeira ficou sob responsabilidade do pai de Cornélia. Em 1987, Cornélia e Norbert passaram a administrar juntos a fazenda Palmeira e, ao longo dos últimos 30 anos, compraram mais três sítios que faziam divisa com a fazenda. Hoje a Palmeira é uma fazenda produtiva que, além dos 180 hectares dedicados à cafeicultura (figura 11), também possui plantação de soja, milho, trigo e adubo verde e parte das terras da propriedade é destinada à pecuária de corte, totalizando 1.200 hectares, sendo 20% de reserva legal (cerca de 240 hectares de mata nativa). Mas independente da diversificação de culturas, a especialidade da fazenda é a produção de cafés comerciais e especiais, inclusive ganhando o prêmio *Cup of Excellence* 2013, da Associação Brasileira de Cafés Especiais, concurso em que o café é escolhido por um grupo de provadores internacionais como um dos melhores cafés daquele país durante aquele determinado ano.

O sentido da visão pode ser bastante destacado na figura 11: o visitante pode visualizar no primeiro plano a lavoura de café que, pela sua extensão, permite que o

visitante passeie entre os corredores dos cafeeiros. Em períodos de florada do café (normalmente entre setembro e novembro), o verde intenso das folhas se mistura com a cor branca das flores e em época de colheita o verde se mistura com os diferentes tons de vermelho dos grãos (período que vai de maio a setembro, normalmente). O visitante também avista, em segundo plano, a lavoura de milho, no terceiro plano avista-se o córrego Taquaruçu (que é represado perto da sede da fazenda), em quarto plano uma área de vegetação com diferentes espécies arbóreas e ao fundo o relevo levemente acidentado. Por meio do tato, o visitante pode sentir o vento e calor no rosto em dias ensolarados, com as mãos as folhas lisas do cafezal e também, se ficar descalço, pode sentir a temperatura da “terra vermelha” ao sol. Em dias chuvosos (ou “pós” chuva), pode sentir o aroma da terra molhada e também dos grãos de café. Quando o café já se encontra no grau de maturação “cereja” (bom para a colheita), ao retirar a casca o visitante pode sentir o sabor doce da polpa do grão.

Figura 11 – Lavoura de café no primeiro plano, em segundo plano a lavoura de milho e, ao fundo, represa, área de vegetação e relevo levemente acidentado



Fonte: Rota, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	03	CONTRASTE	03
CAMADAS	03	SINGULARIDADE	02
INTEGRIDADE	01	DETRATORES	01
PONTOS FOCAIS	01		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, sensação térmica, olfato e gosto.	
Observações: A paisagem possui alta diversidade de elementos (café, milho, rio, árvores, morro), possui camadas, possibilitando enxergar diferentes planos de visualização e há contraste bem delimitado entre os elementos.			

Em paisagens como a da figura 12 é possível identificarmos que “Através de elementos representativos na paisagem, o passado e o presente estão reunidos no espaço – no espaço social, que é o território da sociedade” (DELAMARO et al, 2002, p. 13). A composição de elementos naturais e culturais na paisagem juntamente com informações sobre o local potencializa sua atratividade, já que permite ao visitante ter uma experiência mais completa da dinâmica local.

Figura 12 – Colônia localizada dentro da Fazenda Palmeira.



Fonte: Rota, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	03	CONTRASTE	02
CAMADAS	02	SINGULARIDADE	03
INTEGRIDADE	03	DETRATORES	01
PONTOS FOCAIS	01		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, sensação térmica, audição.	
Observações: A paisagem possui alta diversidade de elementos (casas, árvores de diferentes espécies, diferentes formas e cores), alta integridade, pois apresenta elementos culturais conservados (casas dos trabalhadores que residem na fazenda) e há contraste bem delimitado entre os elementos.			

Moram na propriedade 29 famílias. Contando com crianças, adolescentes e idosos, a colônia chega a 82 habitantes (figura 12). A fazenda emprega cerca de 30 funcionários durante o ano todo, que moram na fazenda com suas famílias. Durante

a colheita, que demanda mais mão-de-obra, são contratados temporários vindos de Santa Mariana (município onde se localiza a fazenda). As mulheres da comunidade também produzem artesanato feito com taboa (cesto, porta-guardanapo, cachepô, chapéu, jogo americano etc), que podem ser comprados durante a visita ao local. As moradias da colônia possuem uma boa estrutura e também contam com uma biblioteca e uma capela que são utilizadas pelas famílias e abertas também aos visitantes.

Logo no caminho até a propriedade o visitante já conta com paisagens rurais bem características na região: vastas lavouras, criação de animais, relevo acidentado e áreas de vegetação nativa ainda conservada. Quando chega à propriedade, um grande túnel de bambu dá boas-vindas aos visitantes (figura 13).

Figura 13 – Túnel de bambus na entrada da Fazenda Palmeira.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	02	CONTRASTE	01
CAMADAS	03	SINGULARIDADE	03
INTEGRIDADE	01	DETRATORES	01
PONTOS FOCAIS	01		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, sensação térmica, audição.	
Observações: Apesar da média diversidade de elementos na paisagem, o extenso túnel de bambus existente na chegada à fazenda é um diferencial que atrai os visitantes por sua singularidade. A sensação de profundidade do túnel permite a observação dos planos de visualização (camadas).			

Esta paisagem presente na figura 13 permite ao visitante adentrar na propriedade já reconhecendo sons diferentes (quando o vento balança os bambus) e sentindo o frescor pela sombra proporcionada por eles. As cores diferentes dos bambus e suas folhas também são atrativas a quem passa.

O visitante pode ter uma interação com as atividades do campo e permite que conheça uma realidade diferente da sua de vivência. Conforme salienta Maciel (2010, p. 66),

A experiência que se busca é uma passagem individual, um esforço multissensorial que envolve tanto os sentidos da pessoa que busca a experiência, quanto a presença, o recorte da temporalidade e do sentido de sua existência, mesmo enquanto ficção [...]. Assim se envolvem os sentidos, o imaginário, a temporalidade, a corporeidade.

A estrutura em sequência presente na fazenda (parte dela representada na figura 14), desde a produção na lavoura até a xícara de café, permite que os visitantes conheçam os processos, sintam as sensações de participar das tarefas diárias do cafezal, conhecendo sabores, odores e sons característicos deste ambiente: o vento batendo nos pés de café, o sabor doce do café cereja colhido do pé, o aroma da “terra vermelha” molhada, os sons das máquinas de beneficiamento, os movimentos do revolvimento do café no terreiro e o que mais cada visitante consegue perceber dos momentos de interação do grupo com as paisagens locais. Como salienta Rodrigues (1992; 1999), o ser humano percebe o mundo simultaneamente por meio de todos os sentidos. Cada pessoa pode ter um sentido mais aguçado que o outro.

A fazenda Palmeira, ao mesmo tempo em que conta com maquinário moderno de processamento do café e também de rastreamento, possui os processos de secagem no terreiro ainda parecidos “como antigamente”, segundo a entrevistada. “As ferramentas parcialmente são as mesmas, o café ainda é embalado e vendido em sacas de juta de 60 quilos, como antigamente e o café ainda é armazenado em tulhas de madeira”.

Sobre as atividades desenvolvidas com turistas na fazenda, a entrevistada enfatizou que, durante a colheita, o turista pode colher o café manualmente, acompanhar a colheita mecânica e secá-lo no terreiro. No restante do ano ele executa outros trabalhos como desbrota ou carpa da lavoura de café e recebe informações sobre o cultivo e os cuidados para obter um café de qualidade. Além de receber visitantes com objetivo de lazer, a fazenda tem recebido grupos de escolas com objetivo de turismo pedagógico e para isso adaptam o conteúdo à idade e às disciplinas trabalhadas em sala de aula. Quando o público refere-se a estudantes de nível superior (estudantes de Agronomia ou Geografia, por exemplo) ou agricultores estrangeiros, o foco são tecnologias aplicadas, produtividade e mercado.

Figura 14 – Vista para os barracões de armazenamento de café e equipamentos e os terreiros de café.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	3	DETRADORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, tato e sensação térmica.	
Observações: A permanência de elementos antigos e novos e elementos naturais e culturais tornam a paisagem atrativa, pois o visitante também pode interagir com os elementos, ou seja, participar de atividades como peneirar o café, revolver o café no terreiro etc.			

Quando os proprietários recebem os grupos, contam a história da formação da fazenda e sua importância no desenvolvimento local, com ações que buscam minimizar os impactos ambientais e potencializar os efeitos sociais positivos.

Os visitantes, por meio das explicações dos proprietários, conhecem a formação de mudas, o plantio, a colheita, a secagem, a armazenagem e o beneficiamento do grão de café. Os visitantes percorrem as instalações para conhecer os maquinários, com informações também sobre a florada até a maturação do grão. A ida até a lavoura é um dos pontos altos do passeio, pois na época de colheita o visitante pode ajudar na derriça, que é envolver o ramo de café com as mãos e deslizar, arrancando os grãos, na abanação para retirada das folhas e também a espalhar o café no terreiro que fica no centro da sede da fazenda, pois os grãos com estágios de maturação diferentes (verde, verde-cana, cereja e “boia”) devem ser separados, já que exigem um manejo diferenciado na secagem. Literalmente uma aula sobre cafés, pois a proprietária ainda explica também a diferença entre os cafés comerciais e os especiais, a diferença entre os grãos e as características sensoriais do café.

Além de terem infraestrutura sequencial de produção do café (do plantio até o beneficiamento) e paisagens naturais e culturais cênicas, a hospitalidade com que os proprietários recebem os visitantes pode ser considerada como um atrativo ao visitante. A recepção dos anfitriões e a vivência no meio rural permite que os visitantes se sintam bem vindos ao lugar e pode ser explicado pela experiência que cada indivíduo tem. A partir de elementos apropriados do ambiente externo, como visões, odores, sabores, e de elementos internos, como pensamentos e memórias, é que os visitantes apreendem as paisagens visitadas. “Assim, além das diferentes formas de captação dos sentidos, também pensamentos e memórias evocam emoções, e essas desencadeiam novos pensamentos e lembranças [...]” (PERAZZOLO et al, 2013, p. 157). Estas emoções (que podem ser tanto positivas quanto negativas) despertadas nos visitantes podem gerar a sensação de acolhimento que, segundo Perazzolo et al (2013, p. 160-161)

[...] a concepção de acolhimento como processo em que um sujeito acolhe o conteúdo comunicado pelo outro, dá-lhe significação, transforma-o e devolve-o sob forma de novo conteúdo em que, dessa vez, será o outro a transformar.

Nesse sentido, acolhimento toma o mesmo sentido da hospitalidade [...]. No turismo, o acolhimento se dá entre o sujeito primariamente visitante e o primariamente visitado, através das relações pessoa – pessoa, mas também por meio do eco de suas vozes, das estruturas e serviços que disponibiliza.

O turismo não é a principal atividade econômica do empreendimento, mas a família diz se orgulhar em poder trocar experiências e vivências com os visitantes que buscam conhecer um pouco mais da cultura cafeeira, seja por meio do sistema de produção, seja pelas histórias que ouvem e contam. Hoje recebem de 12 a 30 pessoas por meio de agências e grupos menores de 2 a 10 pessoas pela modalidade do autoguiado, com agendamento prévio, para que a logística e preparação para recebê-los se torne viável.

Os proprietários da fazenda realizam estas atividades com intuito de proporcionar ao visitante “[...] uma forma de ampliar a mente, de experimentar o novo, o diferente para enriquecimento próprio” (PANOSSO NETTO, 2010, p. 44), ou seja, desde a criança que vai com a escola conhecer os elementos do espaço rural que não são de seu cotidiano, até o público da terceira idade, em que muitos viveram sua juventude no espaço rural e vão despertar a memória afetiva.

Ao final da visita, os visitantes são recepcionados com um café da tarde, com muitos itens produzidos na fazenda, como suco, água aromatizada, café, bolachas, pães e bolos, inclusive um de cappuccino, que é o destaque da refeição. Consumir produtos fabricados na própria fazenda pode contribuir para a conservação e valorização das características culturais locais. O local em que os visitantes são acolhidos para a refeição é a varanda da antiga escola da fazenda, cujos espaços são utilizados para refeições, treinamentos e oficinas.

A tradição do momento do “café da tarde” (ou da manhã), além de importante refeição do dia, também possui um sentido cultural de confraternização, revigoração, pausa (descontinuidade de rotina) ou relaxamento, relacionado aos hábitos de consumo, ao prazer e ao sabor. “O consumo de café reúne uma série de fatores sociais e comportamentais que varia de acordo com o tipo de consumidor. Em geral, o café é consumido sob forte impacto social, pois guarda um simbolismo social [...]” (FARIAS et al, 2013, p. 24).

A fazenda é associada à Rota do Café desde a sua criação. Segundo a entrevistada, em 2007 foram convidados pelo Sebrae a participar do projeto que visava desenvolver o turismo no Norte do Paraná com enfoque nas experiências com o café. Durante o projeto liderado pelos consultores do Sebrae, a entrevistada enfatizou que aprenderam muito sobre gestão, trabalho em grupo, planejamento e ferramentas de *marketing*. “Acredito que o maior aprendizado aconteceu durante as viagens técnicas que nos abriram os olhos para as boas práticas no turismo. Muitas ideias que surgiram durante estas viagens foram implantadas nos empreendimentos”.

Ao questioná-la sobre as mudanças que têm sentido com a mudança de gestão da Rota, a mesma comentou que: “Hoje, como associação, temos autonomia para novos direcionamentos, conquistamos outros espaços. Percebemos como é difícil manter a coesão, a motivação e o comprometimento dos empreendedores”. Ao entrevistar outros empreendedores, percebe-se que a percepção é a mesma, assim como nos dados levantados por Nitsche (2011) em sua pesquisa.

4.1.2 Cachaçaria Bassi

Também localizada no município de Santa Mariana (83 quilômetros de Londrina), a Cachaçaria Bassi passou a fazer parte da Associação Rota do Café no final do ano de 2016. Possui uma área de sete hectares, com 1,8 hectares destinados ao plantio de cana-de-açúcar e o alambique com produção anual de 20.000 litros de cachaça. No dia 12 de novembro de 2017 foi realizado um trabalho de campo para conhecer a propriedade, fotografar e entrevistar a proprietária, Viviane Bassi.

A entrevistada relatou que a propriedade era de seu bisavô e a família foi produtora de café até 1980, quando resolveram partir para o cultivo de outra cultura: a cana-de-açúcar (já que o café não era mais rentável e, após a geada de 1975, grande parte da lavoura foi devastada). Neste mesmo ano, junto com a produção de cana, a família decidiu produzir cachaça de alambique. No início, a produção era apenas para o consumo próprio, de seus familiares e para presentear amigos e vizinhos, “[...] o que levou seu fundador e patriarca da família a batizar a cachaça com

seu sobrenome (BASSI), em homenagem aos imigrantes que deram origem aos seus descendentes” (CACHAÇA, 2017, s/p).

A qualidade tornou a cachaça reconhecida em outras localidades e houve a necessidade de aumentar a produção, passando de fabricação para consumo próprio à comercialização. A Cachaça Bassi Prata recebeu em 2015 o Selo Golden Star, entregue pelo *International Taste & Quality Institute* (ITQ) de Bruxelas (Bélgica), inclusive ocupando o posto de melhor bebida do gênero no Paraná.

A produção da cachaça foi deixada como herança para os filhos e netos que, após o falecimento do patriarca, em 2010, assumiram os negócios da família. Ao percorrer a propriedade, percebe-se que permanece na paisagem o patrimônio material da família nas antigas instalações de café (figura 15) e também o vínculo familiar existente, pois a entrevistada reside no local desde seu nascimento e guarda muitas lembranças e ensinamentos do bisavô e do avô, que ainda hoje são utilizados na fabricação da cachaça.

A entrevistada, engenheira agrônoma e responsável técnica da cachaçaria, busca aprimorar os produtos fabricados (cachaça ouro e cachaça prata), além de buscar inovar em ofertar novos produtos (como licor de café, de jabuticaba, de laranja etc). Foi daí que surgiu a oportunidade de ingressar na Rota do Café, pois à convite de Cornélia (proprietária da Fazenda Palmeira), a entrevista passou a pesquisar a fabricação de licor utilizando sua cachaça e o café Palmeira.

Na propriedade a cachaça passa pelo processo de fermentação natural do caldo da cana-de-açúcar, é destilada em alambiques de cobre e armazenada por um ano em tonéis de amendoim (por ser considerada uma madeira neutra, sem alteração em seu aroma e sabor) para descanso, resultando na cachaça e, posteriormente, envelhecida por dois anos em barris de carvalho (que acrescenta sabores e aromas amadeirados), resultando na cachaça ouro.

Figura 15 – Antigo terreiro de café e tulha localizados na Cachaçaria Bassi.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, sensação térmica.	
Observações: A presença de elementos da cultura do café, como o terreiro, remete à história da propriedade e à memória da família que ali reside.			

A visitação na propriedade se dá com agendamento prévio de grupos e, além de conhecer as instalações do alambique (figuras 16 e 17) e todo o processo de fabricação, armazenamento e envase, ao final os visitantes contam com um momento de degustação e harmonização das cachaças com queijos e embutidos. Assim como existem especialistas em vinhos, em queijos, em cafés e em cervejas, tem despontado um nicho de mercado que é a especialização em cachaça. A entrevistada nos conta que seu marido, que trabalha com ela na propriedade (responsável pela área comercial) tem buscado aperfeiçoar a degustação da bebida e a harmonização com diferentes alimentos, como forma de agregar valor ao produto comercializado. Há também no local uma loja com todos os produtos à disposição dos visitantes (figura 18).

Figura 16 – Engenho onde se faz a moagem da cana.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	1	CONTRASTE	1
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	3		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, sensação térmica.	
Observações: A permanência na paisagem de elementos antigos (a casa onde está instalado o alambique) em contraste com elementos novos (tonéis de armazenamento da bebida) mostram a singularidade da paisagem e a integridade da mesma.			

Terceiro destilado mais consumido no mundo, a cachaça surge no país nos engenhos de açúcar na época do Brasil Colonial, onde a cultura da cana-de-açúcar foi introduzida no ano de 1532 por Martim Afonso de Souza. Originalmente reconhecida como bebida de negros escravizados, a cachaça foi desenvolvida pela população menos abastada encontrada junto aos canaviais, chegando a ser utilizada, inclusive, como moeda de troca (CÂMARA, 2004).

Figura 17 – Visitantes conhecendo o processo de fabricação na Cachaçaria Bassi.



Fonte: Rota, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	1	CONTRASTE	2
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	3		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, tato, paladar, sensação térmica.	
Observações: Conhecer o processo de fabricação da cachaça, desde a moagem da cana até o envase da bebida, é o principal atrativo da propriedade. Porém, a degustação e harmonização com alimentos são importantes para que se apure outros sentidos, como o paladar e o olfato.			

Hoje, a cachaça tem ganhado espaço no mercado entre os apreciadores de bebidas e também junto aos envolvidos com gastronomia que buscam produtos regionais para qualificar seus pratos. Dessa forma, a produção tem se profissionalizado a cada ano.

Figura 18 – Casa dos proprietários (primeiro plano) e ao fundo escritório e loja de produtos.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	2
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	2	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, sensação térmica.	
Observações: A mistura de elementos naturais e culturais permitem que a paisagem possua mais atratividade, principalmente pelo patrimônio que ainda resta na propriedade e o conhecimento da história local.			

As estatísticas referentes à cachaça são interessantes: no Brasil são 40.000 produtores, sendo 98% de pequenos e microempresários distribuídos em 4.000 marcas no mercado brasileiro. Exporta cerca de 1% de sua produção anual e, 70% da produção brasileira é de cachaça de coluna ou industrial e 30% de cachaça de alambique (forma de produção da Cachaça Bassi, de maneira mais artesanal). Apesar de altos números, o mercado informal ainda é elevado em algumas regiões (EXPOCACHAÇA, 2017).

Os principais mecanismos de proteção ao patrimônio existente no Brasil, conforme visto anteriormente, são o tombamento e o registro. Porém, outras formas têm se encontrado de valorizar o patrimônio imaterial brasileiro, como a indicação geográfica, que assegura a procedência e a qualidade de produtos. O caso da

cachaça é um deles, em que se encontra o registro da Indicação de Procedência IG200602 Paraty/RJ, para aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada; e a Indicação de Procedência IG200908 Região de Salinas/MG – para aguardente de cana tipo cachaça.

A cachaça também se tornou bebida nacional do Brasil pelo Decreto Federal nº 4.062 de 2001, elaborado com base no Acordo TRIPS/OMC (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, no âmbito da Organização Mundial do Comércio), sendo uma Indicação Geográfica (EXPOCACHAÇA, 2017).

Alguns estados brasileiros têm desenvolvido a relação entre o produto e a atividade turística. Assim como a região do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul possui roteiros de enoturismo e enogastronomia, estados como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Ceará possuem atrativos voltados à cachaça.

Minas Gerais, maior polo de fabricação de cachaça artesanal no Brasil, numa parceria entre os Ministérios do Desenvolvimento Agrário e do Turismo e o Sebrae, desenvolveu roteiros aliando o café com a cachaça e a atratividade do meio rural.

Em Parati, Rio de Janeiro, é realizado o Festival da Cachaça, celebração da importância da bebida na região aliado a um festival gastronômico em que a bebida é base de diversos pratos elaborados, além de manifestações culturais tais como dança e música de grupos tradicionais locais. Já o estado do Ceará é o que mais utiliza a cachaça como atrativo turístico: a Ypióca, conhecida marca de cachaça, construiu um complexo turístico (o Ipark) em Fortaleza, em que se encontra o Museu da Cachaça (casarão erguido entre 1851 e 1854 que sediou a primeira unidade industrial da Ypióca), espaço para práticas de esportes de aventura, atividades recreativas para crianças e espaço gastronômico. Em Aquiraz, foi construída o Engenhoca Parque Ecoeducativo, dentro de um complexo histórico arquitetônico do Sítio Colégio, que conta com casas em estilo colonial, capela, restaurante e museu do engenho colonial, além de atividades recreativas para diferentes faixas etárias. No município de Redenção, encontra-se o Museu da Senzala Negro Liberto, no Sítio Livramento. O local conserva toda a estrutura de um engenho de 1927 em funcionamento e é possível desenvolver atividades de turismo pedagógico (COSTA; PORTUGUEZ, 2015).

Por sua representatividade como patrimônio cultural, a Lei n. 16.688 de 2007 declara patrimônio cultural de Minas Gerais o processo tradicional de fabricação, em alambique, da cachaça de Minas. Assim como no Rio de Janeiro, que sancionou a Lei Estadual n. 6.291 de 2012, que considera a cachaça como patrimônio histórico cultural do estado fluminense.

A Cachaçaria Bassi, além de possibilitar que os visitantes conheçam o processo de fabricação da cachaça, também tem muito a contribuir com a atratividade e o fomento às atividades agrícolas e não agrícolas no meio rural. Apesar das paisagens locais não serem o principal atrativo local, o fato de possuírem memórias voltadas à produção local (tanto do café quanto do cultivo de cana-de-açúcar para produção de cachaça) enriquece a experiência do visitante.

4.1.3 Fazenda Terra Nova

A Fazenda Terra Nova (figuras 19 e 20), localizada em São Jerônimo da Serra, está a cerca de 90 quilômetros de Londrina. No dia 06 de fevereiro de 2018 foi realizado um trabalho de campo na fazenda Terra Nova para conhecer a dinâmica da fazenda, fotografar as paisagens e entrevistar um dos proprietários, Egon Prezoto Bertolaccini. Os proprietários residem em Londrina e uma vez por semana vão para a propriedade para cuidar dos afazeres. Em Londrina existe um escritório em que comercializa os produtos. Na propriedade residem cinco famílias, que trabalham em atividades diversas como afazeres domésticos, plantio, colheita e manutenção, entre outros.

Figura 19 – Entrada da sede da Fazenda Terra Nova, com vista para o barracão de maquinários.



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	2	CONTRASTE	2
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	1
INTEGRIDADE	1	DETRATORES	3
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição, sensação térmica.	
Observações: Mesmo sendo utilizado cotidianamente para o trabalho, o barracão ao fundo (assim como demais locais da fazenda) precisa estar organizado e ficar visualmente mais harmônico para receber os visitantes para que conheçam as etapas da produção do café e de outros produtos agrícolas.			

Figura 20 – Tela para secagem do café, ao lado a estufa também utilizada para secagem. Ao fundo barracão de maquinários.



Fonte: Rota, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	2
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	1	DETRADORES	3
PONTOS FOCAIS	3		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, gosto, sensação térmica.	
Observações: O cuidado com a manutenção dos locais visitados deve ser constante, além de manter também a segurança dos visitantes. A visita às instalações da agroindústria (com os maquinários) requer um ambiente limpo e organizado. Sendo assim necessária, melhor adequação do proprietário.			

A região do Norte Pioneiro do Paraná é certificada com IGP (Indicação Geográfica de Procedência), onde há produção de cafés especiais. Produtores dessa região formaram em 2006 a ACENPP (Associação de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná), com objetivo de produzir e vender cafés diferenciados, com marca própria, de forma organizada, para atender os mercados interno e externo (ACENPP, 2016). Desde esta época esta associação promove anualmente a Ficafé (Feira Internacional de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná) em Jacarezinho (PR) para expor os produtos que estão sendo produzidos na região. Na edição de outubro de 2016, contou com “[...] 4.000 visitantes, na maior parte produtores de café,

de três países nos três dias de evento. Seis estados brasileiros representados por seus produtores, empresários e/ou governo” (FICAFÉ, 2016, s/p).

O destaque da fazenda Terra Nova é a produção de cafés e cereais com certificação Biodinâmica/Orgânica (no momento, para comercialização são o café e o feijão), cuja marca é Terrara. Segundo o entrevistado, a propriedade de cerca de 193 hectares foi adquirida por sua família em 1982. No início a produção (com manejo tradicional) teve altos rendimentos, mas começou a perder força nos últimos anos. Assim, os proprietários decidiram renovar os pés de café e também o modo de produção, adotando o conceito biodinâmico. O entrevistado conta que conheceu a agricultura biodinâmica em 2003 e participou de um curso sobre processo da agricultura biodinâmica e a relação com a terra. Além de café e feijão, são plantados também milho, soja, trigo e aveia. O propósito da família é dinamizar as atividades produtivas da propriedade com silvicultura e pasto para gado leiteiro para então poder produzir leite e derivados, assim como ampliar a área de preservação. Também pretendem ampliar as áreas para horta e pomar.

Na fazenda é realizado todo o processo de beneficiamento: para o café, a lavagem, seca, benefício, rebenefício e processo industrial com torrefação e embalagem de produtos (torrado moído e em grãos). Beneficiam também feijão preto e carioca, milho pipoca e farinha de trigo integral. Os cereais soja, milho e aveia são entregues em grãos para a Gebana, uma empresa de processamento e comercialização de grãos, com sede em Capanema, oeste do Paraná.

As premissas da biodinâmica são as bases da produção orgânica, como a conservação dos solos e a inserção de espécies nativas de flora local, mas ela vai além. Segundo Darolt (2016, s/p):

É definida como uma "ciência espiritual", [...] em que a propriedade deve ser entendida como um organismo. Preconizam-se práticas que permitam a interação entre animais e vegetais; respeito ao calendário astrológico biodinâmico; utilização de preparados biodinâmicos, que visam reativar as forças vitais da natureza; além de outras medidas de proteção e conservação do meio ambiente.

Dentre algumas características do processo, há a utilização de adubação verde, com o uso de algumas plantas que servem de nutrientes para o cafezal, como o nabo forrageiro. O processo biodinâmico também prioriza a produção de insumos dentro da propriedade. Desta forma, o entrevistado enfatiza que eles buscam ter o mínimo de entrada de materiais de fora da fazenda.

As práticas agrícolas biodinâmicas possuem um sistema particular de certificação, fiscalização e credenciamento de agricultores. O entrevistado contou que participa de vários eventos e associações, com intuito de ampliar a rede de contatos e também para disseminar os conceitos da agricultura biodinâmica. Além disso, a cada dia busca melhorar os processos de manejo, por meio de certificações: Certificado de Conformidade Orgânica BR Lei 10.831, *Certificate of Conformity European Regulation CE*, *Certificate of Organic Operation USDA* e *Master Certificate DEMETER Production Standard* (todas pela IBD Certificações, única certificadora 100% brasileira com atuação internacional) (CAFÉ, 2016).

Pela particularidade do sistema de produção, a fazenda já recebeu vários visitantes interessados em conhecer o sistema produtivo (inclusive de outros países). Podemos assim enquadrar a atividade desenvolvida na fazenda como turismo rural científico-pedagógico, segundo Rodrigues (2003a). Este foi o principal motivo do seu ingresso à Rota do Café. O entrevistado relata que a propriedade é associada à Rota do Café desde o início do projeto, pois sempre quis evidenciar o potencial que o Norte do Paraná tem em relação aos seus atrativos e também em relação à sua economia voltada aos produtos da terra.

Até 2013 o entrevistado relatou que recebiam vários visitantes (tanto por meio de visitas técnicas quanto por lazer). Mas, neste ano, uma forte geada atacou a lavoura de café e a família precisou reformar a área de plantio. Passaram até meados de 2016 sem receber grupos e voltaram recentemente. Desde então estão diminuindo a área do café e aumentando o plantio de cereais (soja, milho, feijão, aveia e trigo) (figuras 21 e 22), todos por processos biodinâmicos.

Figura 21 – No primeiro plano, lavoura de soja biodinâmica. Ao fundo, área de vegetação e relevo acidentado.



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	2	DETRADORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição, sensação térmica.	
Observações: Como a fazenda se localiza numa região de maior altitude que possui relevo acidentado, tem-se paisagens panorâmicas que permitem aos visitantes visualizar vales, vegetação exuberante, rios e represas, paredões de pedra e outros atrativos.			

Figura 22 – No primeiro plano, lavoura de café. Ao fundo, área de vegetação e relevo acidentado.



Fonte: Rota, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	2	DETRATORES	2
PONTOS FOCAIS	2		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, sensação térmica, sentido químico.	
Observações: Além de poder caminhar pelo cafezal, o visitante pode observar paisagens panorâmicas cênicas com vista para os morros, paredões de pedra, área de vegetação nativa e corpos d'água.			

A família tem investido aos poucos no turismo, voltando a receber grupos com interesse em conhecer os conceitos da produção biodinâmica. Segundo o entrevistado, um de seus objetivos é organizar a propriedade para aqueles que têm interesse em passar o dia no espaço rural e apreciar as paisagens naturais e culturais da região. A expectativa é de ampliar o espaço para recepção dos visitantes (para permanência de um dia e para pernoite também) e desenvolver atividades de ecoturismo e turismo de aventura, já que a região em que se localiza a fazenda possui áreas de vegetação nativa, relevo acidentado, rios, cachoeiras e um clima mais ameno em comparação às demais cidades da região, por conta da altitude. O local tem potencial para receber visitantes em busca de lazer e contato com a natureza no

espaço rural, porém, hoje, não está organizado para esta finalidade, pois é necessário a manutenção de espaços como o local para recepção dos visitantes, há resíduos espalhados pelo chão em vários pontos, não há alternativa de pontos de parada para os grupos em dias de chuva, o percurso percorrido da sede do município de São Jerônimo da Serra até chegar na fazenda são cerca de 30 quilômetros de estrada de terra, que necessita de melhorias na pavimentação (como blocos de pedra) para que possam receber vans e ônibus. Como o local de apoio para alimentação é na cidade e esta fica distante 30 quilômetros, é relevante que seja servido alguma refeição (café da manhã, almoço ou café da tarde), aproveitando inclusive os produtos da própria fazenda. Para minimizar o impacto da distância de deslocamento do visitante dentro do seu veículo, é importante que se organize um roteiro que contemple atrativos antes mesmo de adentrar as terras da fazenda. Assim, o visitante pode aproveitar as paisagens cênicas da estrada.

4.1.4 Pousada Rural Marabú

A Pousada Rural Marabú se localiza no município de Rolândia, a cerca de 30 quilômetros de Londrina. Encontra-se em uma área de cerca de sete hectares, com trilhas no meio da mata, cachoeira, casas rústicas, pomares e horta, entre outros.

No dia 30 de julho de 2016 foi realizado um trabalho de campo na propriedade com intuito de conhecer as atividades desenvolvidas, fotografar e também para entrevistar Adrian Saegesser e sua mãe Ursula, proprietários da chácara. Neste dia, o proprietário havia organizado uma atividade chamada “Portas Abertas”: momento em que os visitantes são recebidos na casa principal (figura 23) e participar das atividades na propriedade com trilha pela mata acompanhada por monitor, palestra e degustação de cafés especiais na casa principal da chácara (com Fernanda Corrêa, barista associada à Rota do Café) e plantio de mudas de árvores em um pasto que fica ao lado da propriedade. Minha participação foi como pesquisadora e também como turista.

Figura 23 – Casa principal, local de recepção dos visitantes.



Fonte: a autora, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRADORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição, gosto.	
Observações: A presença de elementos culturais nas paisagens da propriedade combina bem com a grande quantidade de elementos naturais, tornando-a singular.			

A família de “dona” Úrsula chegou à região em 1937, adquirindo a propriedade para plantar grãos, verduras e frutas. Desde essa época, sua mãe (“dona” Alice) utilizava as frutas do quintal para fabricar geleias que eram vendidas na cidade. Essa tradição continuou na família e hoje os produtos “Delícias Marabú” são conhecidos em várias cidades do estado e em outros locais por conta da participação em feiras de produtos orgânicos. A linha de produtos conta com geleias, patês, licores, sucos e compotas feitos sem colorantes, sem conservantes químicos e sem aromas artificiais, utilizando frutas cultivadas na propriedade. Os produtos são comercializados em grande parte dos atrativos da Rota do Café. Esta foi uma forma encontrada pelos associados de divulgar os produtos da Rota como todo, deixando mais opções para os visitantes e buscando fortalecer a associação, além de incentivar a valorização de produtos agroalimentares e artesanais locais, já que há uma relação sinérgica entre

produtos agroalimentares, gastronomia local e o turismo no espaço rural (CRISTÓVÃO; TIBÉRIO; ABREU, 2008).

Na Rota do Café os produtos fabricados pelos associados (tanto produtos alimentícios como artesanato) são comercializados também em alguns estabelecimentos comerciais de Londrina e região, assim como nas feiras e outros eventos em que a Rota está presente. Uma das formas de se valorizar o local pode ser por meio da comercialização de produtos fabricados/cultivados na propriedade e arredores,

[...] pois, além de servir para a valorização das tradições locais, também poderá beneficiar a população da região, mesmo aquelas que não estão envolvidas diretamente com a atividade turística. [...] O estabelecimento de circuitos de comercialização é geralmente apontado como um dos pilares essenciais de uma estratégia de valorização dos produtos agrícolas de pequena escala e como uma oportunidade para aumentar o valor adicionado e a sua retenção local. (SOUZA; LINDNER, 2010, p. 128)

O entrevistado contou que a propriedade é associada à Rota do Café desde o seu início, pois gostou da proposta da Rota do Café e aproveitou para participar de todas as capacitações fornecidas pelo Sebrae, assim como a participação em feiras e viagens técnicas. Durante o levantamento feito pelo Sebrae na época, a pousada seria um ponto de apoio entre os demais atrativos, mesmo não tendo um vínculo direto com o café.

A pousada está em funcionamento desde 2007, recebendo hóspedes em dois chalés. No início ofereciam almoço e café da tarde todos os fins de semana, mas seis meses depois passaram a atender apenas com agendamento prévio, pois o ritmo de trabalho era maior do que a família podia comportar. Assim, hoje as atividades desenvolvidas na propriedade envolvem a hospedagem de pequenos grupos (até oito pessoas), almoço e café da tarde (com agendamento para grupos), trilha na mata, oficina de cafés especiais e de arte em material reciclável, atividades de educação ambiental e cursos de alimentação vegetariana e vegana. Trabalham na chácara três pessoas (Adrian, sua mãe e mais duas pessoas na produção e comercialização dos produtos).

O entrevistado enfatiza que em todos os trabalhos que realiza prioriza trabalhar com Educação Ambiental (em sua forma mais ampla, seja por meio da trilha interpretativa, pelo incentivo à alimentação e produção orgânica ou por meio do plantio de mudas e recomposição da mata, por exemplo). Ao conduzir os grupos pela trilha exerce o papel que, segundo Pereira (2004), pode ser chamado de guia intérprete. A interpretação pode ser definida assim como:

O processo de comunicação que explica ao público, turista ou residente, o significado do local visitado, a fim de lhe proporcionar uma visita mais agradável, melhor entendimento da cultura ou meio ambiente e maior apreço quanto à conservação dos mesmos (PEREIRA, 2004, p. 139).

Para um dos objetivos das atividades realizadas na chácara que é a de proporcionar momentos de aprendizagem ambiental, as ações realizadas de interpretação são importantes pois,

Assim, longe dos afazeres e preocupações cotidianos, a interpretação tem o grande potencial de despertar a atenção do visitante, elucidando e aclarando significados de interligações e interdependências não óbvias na natureza e/ou certas vivências e comportamentos de culturas e povos visitados (PEREIRA, 2004, p. 139).

Na trilha, o entrevistado expõe sobre a diversidade de espécies vegetais existentes na propriedade, conhecendo a diferença entre uma mata nativa, uma mata ciliar e um reflorestamento, graças a uma parceria com a Ong SOS Mata Atlântica. O percurso da trilha tem como atrativos os pomares com frutas diversificadas, uma mina d'água e o rio Cafezal (figura 24), alguns animais que por ventura podem ser vistos ou ouvidos (quatis e pássaros, por exemplo), plantação de trigo/soja da propriedade vizinha (figura 25), local para oficinas (como a que tinha acontecido no dia anterior à visita, de tijolos de barro), "Cine da Mata" (espaço para exibição de documentários, cujas poltronas são do antigo cinema de Rolândia), chalés rústicos para hospedagem (abordando a importância de se valorizar os elementos da cultura local) (figura 26), entre outros. Durante o percurso, são abordados temas como conservação dos recursos naturais, poluição hídrica e dos solos, a diferença de monoculturas e

diversificação de plantio, madeiras de lei, espécies ameaçadas de extinção, o uso das PANCs (plantas alimentícias não convencionais), entre outros.

O papel de qualquer viagem que as pessoas façam deveria ser o de haver um enriquecimento cultural, independente se o local visitado é uma cidade litorânea, um museu ou um sítio, sendo sempre importante que:

Nos locais turísticos há necessidade de campanhas de treinamento ambiental (mudanças de comportamento), há necessidade de ensino (informações) e há necessidade de educação (um processo que estimula o desenvolvimento das potencialidades racionais e emocionais que as pessoas possuem) (CALVENTE, 2002, p. 196).

Figura 24 – Trecho do rio Cafezal em meio à mata. Detalhe da mata ciliar degradada devido às fortes chuvas do mês de janeiro de 2016



Fonte: a autora, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	2	DETRADORES	2
PONTOS FOCAIS	1		

MODALIDADES SENSORIAIS	Visão, olfato, audição, gosto, tato, sensação térmica, sentido vestibular.
Observações: O estrago causado pelas fortes chuvas na época em que a fotografia foi tirada acaba sendo um forte detrator da paisagem, pois muitas árvores foram arrancadas com a força da chuva e a água do córrego permaneceu turva por vários dias.	

Em vários momentos durante a trilha, busca-se despertar nos visitantes as diferentes modalidades sensoriais: na mata fechada, a visão precisa se desenvolver melhor para perceber as diversas espécies da flora, assim como detectar se há alguma espécie da fauna possível de causar medo, reação alérgica ou dor, por exemplo, cobras, pernilongos, besouros, abelhas e lagartas. É possível também avistar outros animais que são agradáveis à maioria, como pássaros, borboletas, macacos e quatis. Pelo olfato é possível conhecer o aroma de diferentes espécies vegetais, assim como sentir o cheiro da “terra molhada”. O sentido da audição, quando se está em grupo, é um dos mais difíceis de ser estimulado, pois é necessário silêncio na mata para conseguir ouvir os pássaros, o vento e outros sons. O tato, ao tocarmos as folhas, o tronco e a raiz exposta das árvores é facilmente despertado, inclusive há um momento de “abraçar a árvore em grupo” quando encontramos uma antiga peroba rosa. Por meio do tato também há o sentido químico, se nos depararmos, por exemplo, com animais peçonhentos ou plantas que causam alergia (como as folhas de urtiga, típicas destas áreas). Com a diferença de exposição ao sol, em momentos que estivemos em meio a mata fechada e em outros a céu aberto, em meio à lavoura de trigo, podemos perceber diferentes sensações térmicas. O gosto (ou paladar), no início da trilha, quando pudemos degustar algumas frutas e também ao conhecer as PANCs, provar a água da mina.

Além de suas atividades diárias, a pousada também participa da rede WWOOF (*World Wide Opportunities On Organic Farms*), recebendo turistas que ajudam com os trabalhos diários e são hospedados nas instalações da propriedade, buscando desenvolver um intercâmbio cultural. Esta organização busca viabilizar oportunidades de vivências em fazendas com produção orgânica por vários países do mundo. Em troca de hospedagem e alimentação gratuitas, os turistas podem oferecer seu trabalho em diversas áreas: auxílio na produção de alimentos (do plantio à colheita), jardinagem, reformas, construções, entre outros (WWOOF, 2016).

Figura 25 – Trecho da trilha com vista para a monocultura de trigo e ao fundo, área de mata nativa.



Fonte: a autora, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	2	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	2	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, tato, sensação térmica, sentido químico.	
Observações: A amplitude desta paisagem permite que o visitante observe ao menos quatro planos de visualização (ou camadas): o primeiro, a plantação de trigo; em segundo, a mata; em seguida, uma área de terra após a colheita e ao fundo outra área de vegetação.			

Figura 26 – Vista do “Cine da Mata” e gramado para práticas de atividades de lazer ao ar livre



Fonte: a autora, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, audição, olfato, tato, sensação térmica.	
Observações: A conservação das construções e a refuncionalização é fundamental para harmonia com a paisagem local e a com a proposta das atividades desenvolvidas na propriedade.			

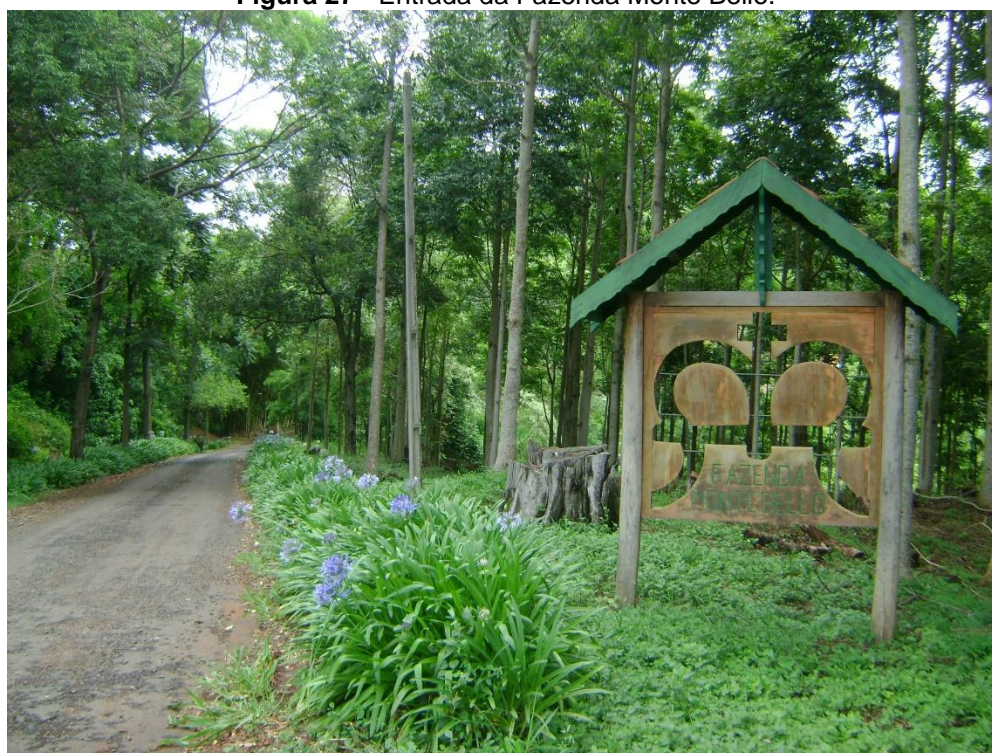
4.1.5 Fazenda Monte Bello

Localizada em Ribeirão Claro (180 quilômetros de Londrina), esta propriedade de cerca de 126 hectares foi fundada no início do ano 1900 e teve o café como base de sua economia, na época em que o norte do Paraná teve seu maior destaque na produção deste grão (a família investiu na cafeicultura até 2008, quando deram espaço a outros cultivos mais rentáveis). É um dos atrativos âncora da Rota do Café, pois além de poder observar elementos materiais da cultura cafeeira (tulha secadeira, despoldador de café cereja e o secador a lenha, por exemplo), os visitantes conhecem histórias contadas por pessoas que conviveram com o café. No dia 18 de novembro

de 2017 foi realizado um trabalho de campo para fotografar, buscar elementos para a análise da paisagem, entrevistar o proprietário, sr. Victor e sua filha, Renata, além de conhecer as atividades desenvolvidas no local.

Ao chegar na fazenda já é possível avistar inúmeros elementos naturais que compõem paisagens bucólicas no meio rural. Dali em diante, a interação entre patrimônio cultural edificado (construções e espaços do café) e vegetação fazem com que as paisagens tornem-se cênicas e também o despertar dos sentidos, além da visão (figura 27).

Figura 27 - Entrada da Fazenda Monte Bello.



Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	2
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	3		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição, sentido sinestésico, sentido vestibular.	
Observações: A diversidade de espécies arbóreas na paisagem permite que o visitante adentre em uma propriedade rural com rico patrimônio natural e cultural.			

O lugar possui as instalações e equipamentos de café conservados (figuras 28, 29 e 30), numa estrutura acolhedora aos visitantes, com momentos em que o proprietário da fazenda compartilha a história da família e as lembranças da cafeicultura brasileira.

Figura 28 – Parte da estrutura de beneficiamento do café na Fazenda Monte Bello



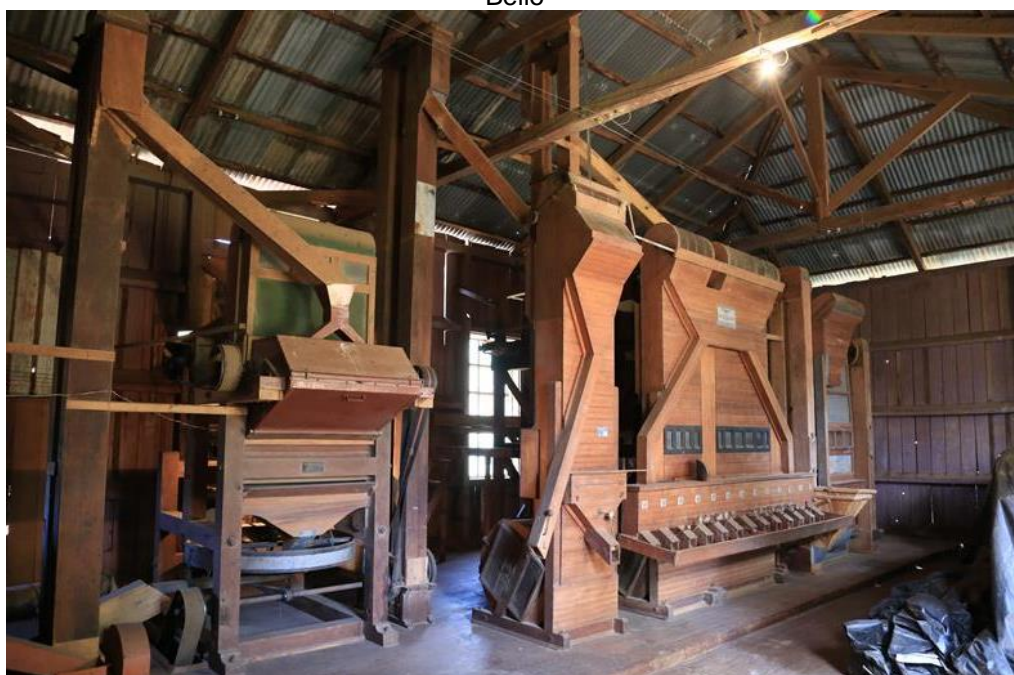
Fonte: a autora, 2017.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	2
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição, sentido sinestésico, sentido vestibular.	
Observações: A conservação das construções e equipamentos utilizados na cultura do café torna a paisagem bucólica e singular, além de permitir ao visitante uma imersão na memória do café.			

Compreender as paisagens locais é fundamental para a Geografia e compartilhamos do pensamento de Cosgrove (1998) ao mencionar que a Geografia muitas vezes não valoriza o significado contido na paisagem humana tendendo a reduzi-la a algo simples e sem importância. Mas nas propriedades rurais associadas

à Rota do Café pode-se perceber que elas têm muito a “contar”: repleta de elementos da memória do café, o visitante tem a oportunidade de conhecer os bens patrimoniais materiais e imateriais da família que compõe a história da economia regional. Um monitor (que é o gerente da fazenda) acompanha os grupos, explicando desde o plantio até a colheita e o beneficiamento do café e também fazem uma caminhada por uma trilha em meio à vegetação local.

Figura 29 – Máquinas para beneficiamento do café encontram-se conservadas na Fazenda Monte Bello



Fonte: Rota, 2016.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	2
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	3		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, tato, olfato, audição	
Observações: Mesmo com o desuso do maquinário do café, sua importância como memória da cultura do café é reconhecida em todo o norte do Paraná.			

O que se destaca nesta paisagem é a existência da integridade dos elementos da cultura cafeeira, que fazem parte do patrimônio material local proporcionando singularidade ao que pode ser percebido pelo visitante. Conforme ressalta Castro (2005, p. 3208), “As relações estabelecidas, hoje em dia, são de valorização do

passado. Busca-se o típico, o singular, o tradicional, o que fornece identidade própria ao lugar neste período de globalização [...].”

Figura 30 – Trilhos de transporte dos grãos de café na Fazenda Monte Bello.



Fonte: Ducati, 2012.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRADORES	1
PONTOS FOCAIS	2		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, audição, sentido sinestésico, sentido vestibular.	
Observações: Um dos atrativos da fazenda é o trilho de ligação entre a tulha e o terreiro de café, no qual os visitantes podem subir e ter uma visão panorâmica de parte da fazenda.			

Privilegiar apenas a visão como principal meio de conhecimento do mundo desvaloriza as outras formas de experiência e cognição. É possível tocar os equipamentos existentes e conhecer os materiais que foram utilizados para sua fabricação. Quando os grãos de café estão passando pelos processos de beneficiamento podemos sentir diferentes aromas, desde o café até o cheiro da terra ou da água que lava os grãos. O som das máquinas trabalhando, do café sendo revolvido no terreiro ou do vento balançando as árvores (ao fundo, na figura) também podem ser sentidos e despertados nos visitantes. Sem esquecermo-nos dos sentidos vestibular e sinestésico, que, ao subir e descer as escadas nos dá a sensação de equilíbrio (ou a falta dele para alguns) e também de movimento.

A presença das instalações do processamento do café nesta paisagem e a sua história, corrobora com o que Milton Santos discorre sobre os fragmentos materiais de um passado que encontramos na paisagem e que, segundo o autor:

[...] A simples recolagem não nos ajuda muito. De fato, a paisagem nos permite apenas supor um passado. Se queremos interpretar cada etapa da evolução social, cumpre-nos retomar a história que esses fragmentos de diferentes idades representam juntamente com a história tal como a sociedade a escreveu de momento em momento. (SANTOS, 1996, p. 86)

A presença do proprietário da fazenda e do monitor é fundamental para a hospitalidade do empreendimento. Por meio deles há a promoção da memória e do patrimônio locais, que serve tanto como recurso turístico como recurso educacional. Uma estratégia bastante utilizada em países da Europa, nos Estados Unidos e mais recentemente no Brasil, é a interpretação do patrimônio para os visitantes, associados à sua revitalização. Segundo os autores, na mesma obra:

A interpretação do patrimônio [...] cumpre uma dupla função de valorização. De um lado, valoriza a experiência do visitante, levando-o a uma melhor compreensão e apreciação do lugar visitado; de outro, valoriza o próprio patrimônio, incorporando-o como atração turística. [...] É o processo de acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história e as características culturais e ambientais de um lugar (MURTA; GOODEY, 2005, p. 13).

O que é tão rico na interpretação do patrimônio é que, apesar de termos um interlocutor provido de informações do local, a maneira pela qual o visitante apreende a paisagem está carregada de intencionalidades advindas de experiências de vida, assim como por influência do meio social em que vive (COSGROVE, 1998; SANTOS, 1997a). Como marca, a paisagem tem seus elementos descritos como dados perceptíveis, mas é a explicação dela que determina o olhar e a experiência que cada um tem dela (BERQUE, 1998).

O turismo no espaço rural traz a possibilidade da conservação das fazendas de café e a valorização da memória e de suas paisagens. No caso da Fazenda Monte Bello é tanto por meio da produção de café que ainda existe (mesmo que pouca,

apenas para o próprio consumo) como também pelas intervenções e readaptações de algumas áreas que antes não eram utilizadas.

Recursos patrimoniais potenciais, [...] podem ser adaptados para se transformarem em atrativos turísticos, agregando a eles serviços como hospedagem, alimentação [...]. Podem permitir a possibilidade de mobilizar a memória coletiva, transmitindo a outras gerações o legado de passados áureos (SOARES; VIEIRA FILHO, 2008, p. 50).

Na propriedade também existe local para hospedagem, composto por dois chalés (um com capacidade para quatro pessoas e o outro para oito pessoas). Encontramos na fazenda construções que serviram de moradia para a família do proprietário e que hoje possuem a função de hospedar os visitantes. Apesar das readequações em sua arquitetura e adaptações, os proprietários buscaram conservá-las para a memória de uma época em que a região norte do Paraná era conhecida como uma das maiores produtoras mundiais de café. Inclusive no interior dos chalés ainda é possível encontrar objetos pertencentes à família. Um dos chalés (Chalé Café) fica próximo da entrada da fazenda e tem vista das instalações de café e do antigo curral. Da varanda é possível ouvir o som das águas do rio. Já o Chalé Lichia localiza-se mais afastado da área movimentada da fazenda, onde o visitante pode ter mais privacidade e silêncio.

Percebe-se que nesta propriedade velhas formas, também chamadas por Milton Santos (1997c) de rugosidades, dividem espaço com novas formas e objetos, muitas vezes alterando suas antigas funções e adaptando-se às necessidades da atualidade.

É oferecido aos visitantes passeio a cavalo e o “colhe-pague” na época da colheita de lichia (sistema em que o visitante vai até o pomar, colhe as frutas e depois paga pela quantidade adquirida). Antes ou depois dos passeios, é oferecido ao visitante um café da tarde (com café, suco, leite, pães, geleias, queijos, sendo a maior parte dos produtos fabricados na propriedade). Além do café, a fazenda também é produtora de macadâmia e lichia (principal fonte de renda da propriedade) e fabrica geleias, compotas, molhos de pimenta, doces, pães e massas.

Além de receber visitantes com objetivo de lazer, a entrevistada comentou que estão recebendo também grupos de escolas, com objetivo de conhecer as atividades do campo e entrar em contato com a natureza. A propriedade tem grande potencialidade para o desenvolvimento do turismo pedagógico pois, além de possuir a estrutura completa da cafeicultura, também possui paisagens com elementos naturais e culturais que podem ser aproveitados para trabalhar com conteúdos de História, Geografia, Biologia e também programas interdisciplinares com Português, Matemática etc. Além disso, é uma oportunidade desenvolver nestes visitantes habilidades de convívio em grupo, trabalho em equipe, empatia, autonomia e raciocínio lógico, entre outros. A sensibilização por meio da Educação Ambiental também é possível, desde que se invista em recursos humanos, ou seja, na capacitação dos monitores que acompanharão os grupos e também no correto planejamento das atividades de acordo com a faixa etária, objetivos dos professores, conteúdos que estão estudando e tempo de permanência no local, entre outros itens importantes, para que se tenha uma experiência positiva da vivência.

4.1.6 Embrapa Soja

A Embrapa Soja (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) é vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e sua unidade de pesquisa especializada em soja localiza-se em Londrina, atuando em linhas de pesquisas básicas e aplicadas voltadas à produção de soja. A Embrapa é uma entidade parceira da Rota do Café desde 2010.

No dia 24 de janeiro de 2018 foi realizado um trabalho de campo para conhecer o local, fotografar e entrevistar um dos responsáveis pela recepção dos grupos, Fabio Ortiz, geógrafo e coordenador do programa Embrapa & Escola.

O espaço onde está sediada hoje a Embrapa Soja foi antigamente Fazenda Santa Terezinha, uma grande produtora de café. Em 2010, na antiga sede da fazenda, foi constituído o Espaço de Educação Ambiental. O objetivo principal do programa de visitação é receber escolas para envolver os alunos com questões ambientais (por meio de uma trilha interpretativa ao redor da represa), mas também fazer uma

contextualização histórica com a cultura do café, aproveitando os bens patrimoniais existentes na fazenda. Já com os visitantes da Rota do Café o foco da visita é a imersão num ambiente que foi um grande produtor do grão. Segundo o entrevistado, nestas ocasiões muitos visitantes relembram da época em que viveram nas fazendas, trabalhando no café, ou os pais os avós que trabalharam com a cafeicultura, sendo um momento de troca de saberes e memórias.

Foram conservados o terreiro de café, a tulha de armazenamento dos grãos, a casa-sede (do proprietário da fazenda), a casa do administrador e o barracão de armazenamento de máquinas (figuras 31 e 32).

Na antiga tulha, hoje se encontra uma exposição sobre a cultura cafeeira e sobre as transformações da região ao longo dos anos, com o objetivo de valorizar a memória do norte do Paraná (figuras 33 e 34). Construções e alguns equipamentos da antiga fazenda, como os de moagem e torrefação, foram restaurados para que os visitantes pudessem conhecer um pouco da história. A refuncionalização de antigos espaços que hoje fazem parte da história de Londrina, como as instalações da antiga Fazenda Santa Terezinha, é revelador da memória local por meio de trabalhos de educação patrimonial.

Na “Casa das Boas Vindas” os visitantes são recebidos pelo monitor, que conta um pouco da história do café na região de Londrina e seguem para a exposição histórica na tulha. O lugar possui também uma trilha interpretativa em meio à mata, onde os visitantes podem apreciar a paisagem que conta com área de vegetação e represa. Segundo o entrevistado, durante a trilha os visitantes conhecem um pouco mais sobre a importância da água, do solo, da vegetação e as relações entre os elementos da natureza e o papel do homem como agente transformador do ambiente.

Figura 31 – Terreiro de café e ao lado a tulha para armazenamento dos grãos, onde hoje se localiza a exposição de fotos e objetos



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	3
CAMADAS	2	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, sentido vestibular.	
Observações: A integridade está presente na conservação do terreiro de café, da tulha e das demais construções, e é possível visualizar o contraste das formas dos elementos na paisagem.			

Dentre as diversas ciências que possuem interface direta com a questão ambiental, a Geografia muito tem a contribuir com a Educação Ambiental. No que se refere à reflexão e à prática através do ensino e pesquisa, proporciona a incorporação do aspecto espaço-território nas questões ambientais (SANSOLO; CAVALHEIRO, 2003). A grande contribuição da Geografia para um processo de Educação Ambiental é proporcionar um melhor esclarecimento sobre as relações espaciais entre a sociedade e a natureza.

Figura 32 – Ao fundo, barracão de armazenamento de máquinas e a casa do antigo administrador da fazenda.



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	2	CONTRASTE	3
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	2
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, audição, olfato, sensação térmica, sentido químico.	
Observações: O contraste da vegetação com as construções torna a paisagem interessante quando se parte do princípio que é possível contar a história local por meio destes elementos edificados.			

Assim como o caso do Iapar, a Embrapa também possui potencial para envolver-se mais aos roteiros programados da Rota do Café, porém, nos últimos anos, a instituição tem sido pouco procurada pelas agências. A proposta de trabalhar atividades de Educação Patrimonial e Educação Ambiental poderia ser contemplada no roteiro de forma a tornar-se mais educativa. Segundo a presidente da ARC, com intuito de maior aproximação da ARC com a Embrapa, em 2017 deu-se início a realização de uma feira de produtos, ou seja, uma terça-feira por mês os associados à Rota comercializam seus produtos aos funcionários da Embrapa num local chamado de “Alameda dos Oitis”.

Figura 33 – Tulha de café localizada no Espaço de Educação Ambiental da Embrapa Soja.



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	2	CONTRASTE	2
CAMADAS	3	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRADORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, audição, olfato, sensação térmica, sentido químico.	
Observações: Para dar visibilidade ao local e aproveitamento das áreas já existentes é fundamental dar função ao que, aos olhos de senso comum, seria apenas um barracão abandonado. Foi o que aconteceu com as antigas instalações da fazenda Santa Terezinha, que hoje se tornou um espaço de aprendizagem.			

Figura 34 – Interior da tulha de café que conta com uma exposição sobre a cultura cafeeira.



Fonte: a autora, 2018.

Variável	Valor	Variável	Valor
DIVERSIDADE	3	CONTRASTE	1
CAMADAS	1	SINGULARIDADE	3
INTEGRIDADE	3	DETRATORES	1
PONTOS FOCAIS	1		
MODALIDADES SENSORIAIS		Visão, olfato, audição, sensação térmica.	
Observações: Além de trabalhar com Educação Ambiental, o local valoriza a memória do café, por meio da educação patrimonial.			

4.2 EX-ASSOCIADOS NA ÁREA RURAL

Durante a pesquisa nos empreendimentos da Rota do Café, iniciada em 2015, algumas propriedades associadas à Rota se desligaram por motivos diversos que serão explicados a seguir. Mesmo não compondo mais o grupo de locais para visitação nos roteiros da Rota do Caf e, permaneceram no texto pelo interesse da atividade que tinham no contexto das novas atividades no meio rural.

4.2.1 Fazenda Platina

Em meio à paisagem rural de Ribeirão Claro, a Platina é uma antiga fazenda de café onde até 2016 esteve localizado o Núcleo de Apoio à Aprendizagem de Práticas Sustentáveis Paulo Sogayar (NAPS), que contava com produção orgânica, através de uma horta em forma de mandala (três círculos de canteiros com mudas variadas de verduras e um galinheiro ao centro, cuja irrigação é feita por um sistema de gotejamento e a adubação é feita com resultado da compostagem) (figura 35) e também com pequena criação de gado leiteiro.

Figura 35 – Horta em forma de mandala com aplicação da tecnologia PAIS, na Fazenda Platina



Fonte: Flickr, 2016.

No início do ano de 2017 os proprietários receberam uma proposta de trabalho fora do país (para desenvolver uma metodologia de trabalho com educação e sustentabilidade que foi iniciada nas práticas da fazenda) e colocaram a propriedade à venda. Os mesmos tentaram encontrar uma pessoa que ficasse responsável pela fazenda e dar continuidade às atividades do NAPS e também da Rota do Café, mas não encontraram. Desta forma, a Fazenda Platina desde então não é mais associada

à ARC e, de acordo com pesquisa realizada, as atividades abertas ao público não estão sendo mais desenvolvidas.

A horta foi a primeira, do norte do Paraná, seguindo a tecnologia social do PAIS (Produção Agroecológica Integrada e Sustentável), um sistema produtivo orgânico, que exclui o uso de fertilizantes sintéticos e agroquímicos, desenvolvida desde 2009 em Ribeirão Claro. O objetivo era “[...] servir como unidade de demonstração e aprendizagem destinada às pessoas de qualquer localidade do Brasil interessadas em replicar essa tecnologia e também a produtores rurais e estudantes” (COMUNIDADE, 2010, s/p). Parte de sua comercialização visava atender as merendas estaduais e municipais, por meio da Associação dos Produtores de Orgânicos da Região (APO). Este projeto, conhecido como Vida na Horta, foi fruto de uma parceria entre a fazenda, Sebrae/PR, Prefeitura Municipal, Emater e Instituto Ventura (SANTORO, 2014).

Quando ainda administrada pelos antigos proprietários, os visitantes tinham a oportunidade de conhecer a horta e saber mais sobre produtos orgânicos. Aproveitando as ideias em que se fundamenta a produção orgânica e agroecologia, esporadicamente eram realizados trabalhos de turismo pedagógico e educação ambiental na propriedade. Por meio das paisagens e seus elementos naturais e culturais, os grupos eram estimulados a valorizarem o contato com a natureza, o silêncio, a convivência com o outro (que nem sempre é do seu grupo), o desenvolvimento dos sentidos e o ritmo das atividades do campo, que normalmente são diferentes do ambiente em que vivem.

Os proprietários rurais envolvidos com produção orgânica no município de Ribeirão Claro tiveram assistência técnica e passaram por processos de certificação, fiscalização e controle e foram os primeiros do Paraná a receber o certificado de conformidade em produção orgânica pelo Programa Paranaense de Certificação de Produtos Orgânicos (PPCPO), uma parceria entre a Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI), o Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR) e as Universidades Públicas Estaduais. Este programa foi responsável pela disponibilização de assistência técnica especializada para os produtores familiares com interesse em certificar a produção orgânica em sua propriedade (MACEDO et al, 2014).

Neste movimento é importante destacar o fato da paisagem rural ser um híbrido de natureza e cultura, em que o homem, por meio de técnicas, procura formas de produzir alimentos que causem menos impactos negativos ao meio e também à saúde humana. Como enfatiza Luchiari (2001), apesar do fato não estar intrínseco ao pensamento humano, a sociedade e a natureza são indissociáveis.

Além da produção agrícola e da pecuária, a fazenda contava com outras formas de renda, como a locação de casas para hospedagem, com decoração rústica e detalhes do café presentes em diferentes espaços. Possui um restaurante onde oferecem refeições aos hóspedes e almoço aos domingos (aberto ao público), além de um espaço para eventos (figura 36), redário, parque infantil, espaço de leitura, espaço de marcenaria e ateliê para crianças e jovens, uma pequena igreja, entre outros.

Figura 36 - Vista do restaurante e sala de eventos da Fazenda Platina.

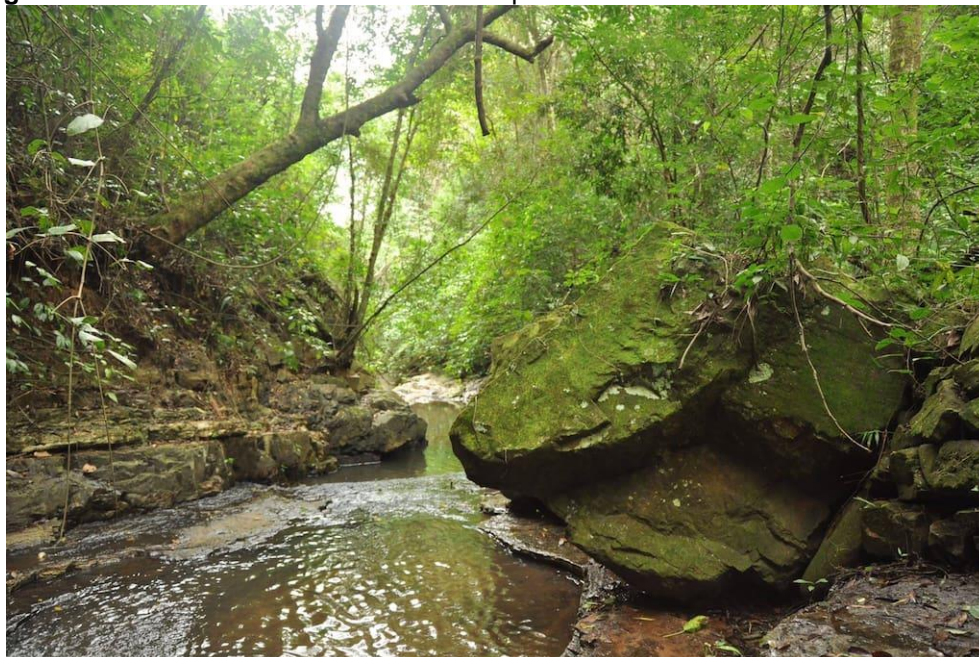


Fonte: Rota, 2016.

A propriedade possui paisagens que atraem os visitantes com elementos naturais—como riachos (figura 37), quedas d'água, trilhas em meio à mata, vegetação

diversificada – e também ligados aos aspectos da cultura no espaço rural (horta, pomar, criação de animais e espaços de convivência entre os grupos) (Figura 38).

Figura 37 – Trecho do riacho localizado nas proximidades da sede da Fazenda Platina.



Fonte: Rota, 2016.

Calvente (2004) em pesquisa sobre as potencialidades para o turismo no espaço rural no Norte Velho do Paraná (ou Norte Pioneiro – região em que se localiza o município de Ribeirão Claro) constatou que aspectos do relevo, hidrografia, vegetação, clima, assim como os recursos geológicos, paleontológicos e paleoantropológicos são potencialidades para o turismo, sem esquecer de suas paisagens culturais relacionadas às atividades agropecuárias. A região contempla:

[...] rios de planalto, contendo cachoeiras, quedas e corredeiras, apresentando, portanto, potencial significativo para o turismo. [...] As características do relevo da região [...] também possuem potencial interessante para o turismo. [...] Tem, na sua maior parte, clima subtropical mesotérmico com verões quentes e tendência de concentração de chuvas nos meses de verão [...]. Essa variação climática também representa potencialidade turística, uma vez que parte da demanda pode optar por aproveitar a temperatura mais fresca no verão, ao passo que outra parte é atraída pelos balneários e pelos locais onde ocorrem temperaturas mais elevadas (CALVENTE, 2004, p. 64-70).

Figura 38 – Paisagem com características rurais da Fazenda Platina com elementos significativos aos visitantes como relevo acidentado e a vegetação.



Fonte: Rota, 2016.

Além dos elementos de característica rural (pasto, cerca e animais), a vegetação e o relevo são elementos importantes para a potencialidade turística. Segundo Salles (2006, p. 58), “Do ponto de vista turístico, a importância do relevo está na beleza cênica com aproveitamento para práticas diversas de lazer, incluindo-se a simples observação da paisagem”.

Nas últimas décadas, há o crescimento da busca por paisagens menos urbanizadas, com maior contato com os elementos da natureza. Calvente (2004, p. 6) salienta que, com os movimentos ambientalistas, houve uma popularização das paisagens naturais como atrativo turístico. “Viajar de férias, para uma parcela de pessoas, deixou de ser apenas ir à praia. Além da noção de diversidade ambiental, alguns grupos buscam a diversidade cultural, valorizando o contato com populações diversas”.

4.2.2 Pousada Ruvina

A pousada Ruvina é uma propriedade rural localizada em Ribeirão Claro, no bairro dos “Ruvina”, que recebeu este nome por abrigar uma família grande, tradicionalmente produtora de café da região. O bairro dos “Ruvina” possui pequenas e médias propriedades, de agricultura familiar, que trabalham atualmente com pecuária leiteira e cafeicultura.

A família da “Dona Nenê” (como carinhosamente é chamada a proprietária Aparecida Donizeti Ruvina Almeida) trabalha com lavouras de café e feijão e com a pecuária de leite. Desde 2006 atua também como pousada rural, composta por quatro quartos com banheiro e camas.

Segundo a presidente da ARC, ao final do ano de 2016 a pousada Ruvina se desassociou da Rota do Café. A principal motivação foi por suas atividades estarem basicamente voltadas a outro público-alvo, pois estão bastante envolvidos em atividades de lazer e aventura, como escrito anteriormente, se distanciando da temática do café, como proposta pela ARC.

Além da produção agrícola e pecuária, buscam como alternativa de renda a hospedagem rural e atividades de lazer como trilhas de aventura e contemplativa em meio à mata (caminhadas para a cachoeira Ruvina, que tem sete pequenas quedas próprias para banho; e para a Serra das Pedras, onde um mirante proporciona vista panorâmica para a cidade de Carlópolis e a represa Chavantes), cavalgadas, pesca na represa (figura 39) e o restaurante rural, onde é servido almoço e café da tarde com itens produzidos ali mesmo, inclusive o café (figura 40).

As atividades agrícolas tradicionais muitas vezes não conseguem proporcionar rendimentos suficientes às famílias, assim, surge outra dinâmica no que é chamada de “novas atividades rurais”, com pesque-pague, fazendas de caça, criação de plantas ornamentais e animais exóticos e hospedagem rural, entre outros, conforme exemplifica Graziano da Silva (2008). Este processo, conhecido como pluriatividade, podendo ser definido como um fenômeno:

[...] que pressupõe a combinação de duas ou mais atividades, sendo uma delas a agricultura, em uma mesma unidade de produção por indivíduos que pertencem a um grupo doméstico ligado por laços de parentesco entre si, podendo a ele pertencer, eventualmente, outros membros, que compartilham entre si um mesmo espaço de moradia e trabalho (não necessariamente em um mesmo alojamento ou habitação) e se identificam como uma família. (SCHNEIDER, 2007, p. 16)

Figura 39 – No primeiro plano, represa para pesca, em segundo plano pasto para o gado e ao fundo, a Serra das Pedras, na Pousada Ruvina.



Fonte: Rota, 2016.

Figura 40 – Espaço onde é oferecido o café e outras refeições na Pousada Ruvina.



Fonte: Rota, 2016.

Desta forma, abrangendo novas funções e significados, a Ruvina precisou se reinventar, ocorrendo, segundo Andrade (2013, p. 5) “[...] uma refuncionalização do espaço agrário, antes exclusivamente marcado pelas atividades agropecuárias e, atualmente, também utilizado para outras práticas, dentre elas o turismo [...]”.

A região onde se localiza a pousada é bastante procurada por conta de suas paisagens com elementos tipicamente rurais e também pelas paisagens com elementos naturais significativos com relevo acidentado, áreas de vegetação nativa, cachoeiras, rios e a represa Chavantes (figura 41), lugares próprios para a prática de atividades de aventura como o rapel (técnica vertical praticada com uso de cordas e equipamentos adequados para a descida de paredões rochosos) e o cachoeirismo (descida de quedas d’água, usando técnicas verticais) (figura 42). Atualmente o empreendimento tem investido nestas atividades como forma de atrair mais visitantes. Conforme salienta Moraes (2000) é importante oferecer aos visitantes opções variadas de atividades incomuns ao seu dia a dia, com atividades de lazer ao ar livre, contemplando as paisagens locais.

Figura 41 – As paisagens com relevo acidentado, vegetação e a represa Chavantes (ao fundo) são o forte atrativo da Pousada Ruvina



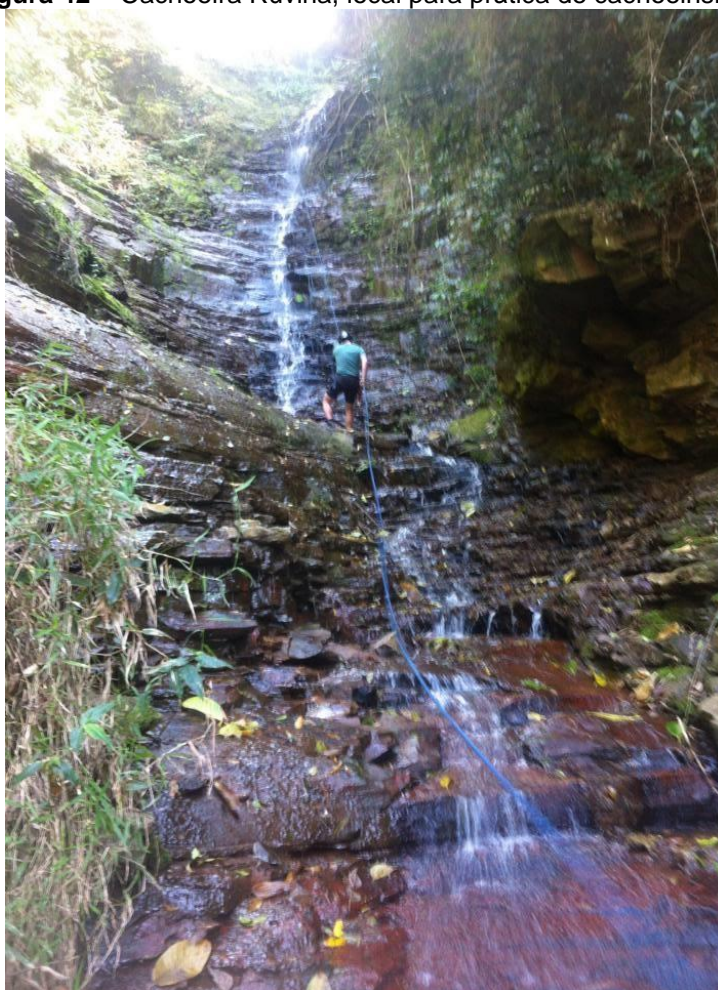
Fonte: Rota, 2016.

Locais como a pousada Ruvina também são bastante procurados por serem espaços propícios para o descanso, para a fuga do estresse cotidiano e do barulho

da cidade. Como os proprietários recebem grupos pequenos de visitantes, não há uma “visitação em massa” nas quais se tire o sossego de quem a visita. No cotidiano agitado das cidades, não estamos mais acostumados a prestar atenção em sons naturais (dos pássaros e do vento, por exemplo) e estamos desacostumados com o silêncio, muitas vezes, inclusive, empregando qualificativos ao silêncio como “opressivo”, “deprimente”, “terrível”. Mas isso não é de hoje. Bruhns (1997) comenta que na literatura europeia do século XIX já se encontrava a diminuição da percepção aos sons naturais e referência a quietude. Ao visitar uma propriedade rural, como é o caso da Ruvina, durante as caminhadas pelas trilhas em locais como o destacado na imagem anterior, o silêncio pode inclusive ser um atrativo.

O que hoje reconhecemos como elementos valorizados pelos turistas como motivação para as viagens nas paisagens naturais (como locais de relevo acidentado, condições climáticas extremas, florestas e corpos d’água), já foi intensamente desprezado. Bruhns (1997) cita o exemplo da Inglaterra, em meados do século XVII, cuja população desprezava as montanhas, considerando-as como “refugos da terra”, “furúnculos”, “verrugas” e “estéreis deformidades”. Porém, um século depois, estas mesmas áreas montanhosas eram alvo de admiração estética. Calvente (2004) menciona que, na região do Norte Velho do Paraná, as florestas nativas subsistem em pequenas áreas, pois, além de serem substituídas pela agricultura e pecuária, a devastação da mata foi realizada como uma medida sanitária para combater a incidência de malária.

Figura 42 – Cachoeira Ruvina, local para prática de cachoeirismo.



Fonte: Pousada Ruvina, 2016.

O turismo de aventura atrai um número cada vez maior de pessoas “[...] que está em busca de auto realização e prazer através da participação em atividades físicas e mentais estimulantes, [...] participando de atividades de ‘pura adrenalina’ como parte de suas experiências turísticas” (SWARBROOKE et al, 2003, p. 55).

Bruhns (1997) em um estudo sobre a experiência corporal do homem visitando os ambientes naturais ressalta que “Se quisermos sentir a natureza, deveremos entrar em contato com ela; temos de vivê-la, ser permeados por ela, engajando nossos sentidos” (BRUHNS, 1997, p. 134). Com o distanciamento entre natureza e sociedade e uma recente valorização dos elementos naturais, [...] as experiências do homem com a natureza por meio da atividade corporal – andar, correr, saltar – permite que se reconheça o lugar ocupado em relação ao mundo e como salienta a autora “[...] uma revisão dos valores bem como um encontro muito particular do homem com ele mesmo” (BRUHNS, 1997, p. 136).

4.2.3 Artesanu Produtos Orgânicos

Localizada em Marilândia do Sul, a Artesanu é uma agroindústria de produtos orgânicos, especializada em geleias e frutas desidratadas (figura 43). Foi realizada a entrevista com a sócia-proprietária Gisele Bianchini que é também presidente da Associação Rota do Café (a entrevista foi realizada em 14 de julho de 2016 e já mencionada no tópico 3.4).

Figura 43 – Geleias de frutas orgânicas e frutas desidratadas da Artesanu.



Fonte: Artesanu, 2016.

A Artesanu trabalha com produtos saudáveis, incentivando e valorizando o consumo de produtos orgânicos. Por conta da crescente contaminação dos ecossistemas por agroquímicos e a ampliação de estudos sobre os impactos negativos destes à saúde, a busca por uma alimentação mais saudável tem conquistado cada vez mais consumidores. A produção de orgânicos (seja para venda *in natura* ou de produtos processados, como geleias) “têm representado um novo nicho de consumo, com as várias possibilidades de atuação no mercado” (LAGO et al, 2006, p. 101).

A Artesanu foi associada à Rota do Café desde o início do projeto. Porém, recentemente, por decisão entre os sócios, a Artesanu não está mais associada à Rota do Café (apesar de continuar com sua produção). Porém, uma das sócias continua seu trabalho como presidente da ARC.

A participação na Rota do Café se dava por meio da venda de seus produtos em eventos em que a Rota participa, junto aos demais associados (figura 44), em supermercados e lojas de produtos orgânicos localizadas em Londrina, Maringá, Paiçandu, Ivaiporã, Foz do Iguaçu, Curitiba e mais recentemente no Rio de Janeiro e Bahia. Os produtos também são comercializados em alguns empreendimentos da Rota do Café.

Figura 44 – Estande na “Feira de Artesanato Brasil Original 2016” em São Paulo.



Fonte: Artesanu, 2016.

A entrevistada explicou que houve uma época em que recebiam visitantes na propriedade para conhecer o pomar de frutas e o método de fabricação das geleias e frutas desidratadas. As visitas que recebia eram de cunho pedagógico, pois eram feitas por alunos dos cursos de extensão rural do Senar (a entrevistada foi instrutora do Senar até 2014). Ela ainda complementa: “Tínhamos framboesa, e pouca gente conhece a fruta *in natura*. Às vezes conhece o cheiro pelos produtos artificiais. Certa vez, uma arquiteta que veio aqui perguntou se podia provar a framboesa. Quando ela foi até o pé e comeu uma, ela olhou para mim e disse: ‘Tem o gosto do cheiro!’ Tentei

entender o que ela quis dizer e foi muito legal, porque o que ela conhecia eram aqueles cheiros da gelatina, da bolacha... O cheiro era muito familiar para ela, mas o gosto não. E é essa sensação que queremos mesmo proporcionar ao turista na Rota do Café, para que ele se sinta inserido no meio em que ele está, quando visita as propriedades da Rota e também ao degustar os produtos alimentícios comercializados”.

Na fabricação dos produtos trabalham os dois sócios proprietários. A entrevistada explicou que quando estão no pico de colheita de alguma fruta contratam diaristas para ajudar. Estas são características da agroindústria familiar rural, pois ambos residem na propriedade, a fabricação é executada pela própria família, sendo a base de seu sustento e a contratação de terceiros é esporádica. Segundo Prezotto (2002, p. 137), agroindustrialização entende-se como “[...] o beneficiamento dos produtos agropecuários [...] e/ou a transformação de matérias-primas gerando novos produtos, de origem animal ou vegetal como, por exemplo, leite em queijo e frutas em doces e bebidas”.

A Artesanu esteve associada desde início do projeto da Rota do Café com o Sebrae. Segundo a entrevistada, uma das premissas para ingressar no projeto era de que os empreendimentos envolvidos, sejam eles urbanos ou rurais, precisavam ter alguma ligação com o café, ou com a cultura propriamente dita, ou algum produto à base de café. Como a Artesanu sempre esteve inserida em projetos de empreendedorismo e turismo do Sebrae, a coordenadora do projeto Rota do Café na época os convidou para participar. E por conta disso, em 2013, foi desenvolvida a geleia de café, que tem como base os cafés orgânicos, que inclusive foi o projeto de TCC (trabalho de conclusão de curso) da entrevistada, que na época fazia graduação na área de alimentos. Depois do ingresso na Rota do Café, segundo a mesma, “[...] você acaba se apaixonando, pois conhece muito da cultura, da produção e nos aprofundamos sobre isso para colaborar com os demais empreendimentos da Rota”.

No próximo tópico vamos conhecer empreendimentos localizados na área urbana e sua importância para a disseminação da cultura cafeeira como patrimônio imaterial do norte do Paraná, assim como para a valorização dos produtos artesanais locais, que buscam proporcionar aos turistas e residentes conhecimentos da cultura local incluindo experiências gastronômicas diferenciadas em ambientes hospitaleiros.

4.2.4 Casa Muller

A Casa Muller é uma propriedade rural de 12 hectares que está localizada no Distrito da Warta, entre Londrina e Cambé. A propriedade foi associada à Rota do Café desde o início, pois antigamente era uma fazenda cafeeira e hoje o solo é utilizado para o cultivo de diversas frutas como: uva, maracujá, banana e morango (o principal atrativo da propriedade atualmente, produzido sem agrotóxico) (figura 45). Inclusive na época da colheita dos morangos (de junho a novembro), eles costumavam receber visitantes com o sistema de “colha e pague”.

Recentemente a propriedade se desassociou da Rota do Café. Esta decisão, segundo entrevista informal com um dos responsáveis pela propriedade, foi para que, por um tempo, a propriedade passe por reestruturação. Segundo o mesmo, ainda não sabem se vai continuar com o mesmo formato ou se vão continuar recebendo visitantes.

A família Muller cultiva morangos há mais de dez anos, mas sempre de forma convencional, com uso de agroquímicos para combater as pragas. Mas já há cerca de quatro anos vem investindo na produção de orgânicos. Utiliza na propriedade o sistema semi-hidropônico. Neste sistema, os morangos são cultivados em estufa, para que a planta não sofra com o clima, diminuindo problemas com doenças. Além disso, os proprietários utilizam outra técnica que, até então, era uma “crendice” de família: junto ao cultivo de morangos, eles plantam também alho para “espantar” as pragas. Recentemente, esta técnica utilizada por sua família foi comprovada cientificamente, por meio de pesquisa de doutorado em Agronomia da Universidade Estadual de Londrina realizada por Fernando Hata. Segundo o pesquisador, o alho tem função de repelir (e não de exterminar) ao ácaro rajado, sem alterar o gosto ou o aroma do morango (PESQUISAS, 2016

Figura 45 – Plantação de morangos orgânicos da Casa Muller.



Fonte: Blog, 2016.

Há anos a Casa Muller é conhecida na região por ter uma vinícola, já que cultivaram uvas por muito tempo. Segundo entrevista informal com os proprietários, no fim da década de 1990, quando o preço da uva caiu, a família foi a Bento Gonçalves (RS) conhecer as propriedades vinícolas de lá e perceberam que a produção de vinho era uma oportunidade de renda. E por que participam da Rota do Café? Pelo fato do solo ter sido utilizado muito tempo por lavouras de café, descobriu-se uma uva com leve *terroir* de café, que pode ser sentido no aroma do vinho elaborado com uvas *cabernet sauvignon*. Porém, devido aos agrotóxicos utilizados pelas propriedades vizinhas, as parreiras de sua propriedade não estão resistindo. Então hoje em dia, o proprietário costuma comprar as uvas para fazer a bebida, já que mantém uma pequena estrutura para a produção dos vinhos (figura 46). Além dos vinhos, eles também produzem licores, geleias e doces artesanais.

Figura 46 – Espaço da vinícola na Casa Muller.



Fonte: Rota, 2016.

Com objetivo de diversificar as atividades na propriedade, eles recebiam grupos, desde escolas (para trabalhar com atividades de turismo pedagógico) até grupos de agências, igrejas, entre outros, acompanhados especialmente pelo proprietário, que gosta de trabalhar com educação ambiental, enfatizando a importância de se conhecer “as coisas da terra”.

Em trabalhos na área de educação ambiental é importante estimular os grupos a observarem e expressarem a leitura que fazem dos ambientes em que vivem e o ambiente visitado. Fazendo este exercício com as representações, aprendem a encarar a construção do conhecimento como fruto também de suas vivências individuais e coletivas, algo vivo, em constante transformação, de maneira contextualizada (MEYER, 1991).

Lembramos assim de Paulo Freire que, ao defender uma educação transformadora, nos ensina que é necessária a promoção da curiosidade espontânea para a curiosidade epistemológica.

Na verdade, a curiosidade ingênua que, desarmada, está associada ao saber do senso comum, é a mesma curiosidade que, criticizando-se, aproximando-se de forma cada vez mais metodicamente rigorosa do objeto cognoscível, se torna curiosidade epistemológica [...] Não haveria criatividade sem a curiosidade que nos move e que nos põe pacientemente impacientes diante

do mundo que não fizemos, acrescentando a ele algo que fazemos. (FREIRE, 1996, p.31-32)

A visita na propriedade incluía passeio pelas plantações (para observação da paisagem e para conhecer um pouco mais da produção agrícola ou para participar da colheita) (figura 47) e trilha pela mata nativa, de aproximadamente dois hectares (com oportunidade de ver árvores centenárias, como a peroba-rosa) (figura 48). Durante a trilha ainda era possível conhecer o açude com patos e o pasto com as cabras e bois. O proprietário ainda compartilhava a história da propriedade e da família Muller, nos momentos de conversa com os grupos. Também era oferecido, quando combinado antecipadamente, um café da tarde e degustação de vinhos, licores e sucos.

Figura 47 – Vista da área de cultivo e do nascer do sol na propriedade Casa Muller.



Fonte: Muller, 2016.

Figura 48 – O proprietário acompanhando um grupo de crianças pela trilha na mata.



Fonte: Muller, 2016.

Na propriedade, a forma encontrada para trabalhar com Educação Ambiental foi por meio da trilha interpretativa. É um instrumento muito utilizado tanto em atividades de Educação Ambiental como em atividades turísticas. Trilhas como meios de interpretação ambiental não visam somente à transmissão de conhecimentos, de acordo com Tabanez et al (1997), mas também propiciam atividades que revelam os significados e as características do ambiente por meio do uso de elementos originais, pois “[...] a paisagem traz em si elementos naturais e culturais que possibilitam várias leituras de uma mesma experiência ambiental” (LIMA, 1998, p. 38).

Muito mais do que as paisagens e as vivências que o visitante tem por lá, com o contato com a vegetação, com a terra, com as histórias contadas nas rodas de prosa, a hospitalidade com que a família recebe os visitantes em sua propriedade é um “presente” para quem convive com eles. É uma família simples, que reside na propriedade, que lida com a terra cotidianamente e o senso de pertencimento ao lugar que têm é forte, e se transforma em atrativo.

No próximo capítulo, vamos conhecer as propriedades localizadas na área urbana dos municípios envolvidos na Rota do Café.

5 ASSOCIADOS DA ROTA DO CAFÉ NA ÁREA URBANA

Tem-se observado que o movimento da (re)valorização do café em Londrina se intensificou a partir dos primeiros inventários feitos pelo Sebrae e empresas de consultoria para a criação da Rota do Café. Desde a época de sua criação até os dias atuais, vários projetos e ações ocorreram em prol da ressignificação da memória do café no Norte do Paraná (mais fortemente em Londrina), envolvendo o Sebrae e outras entidades da cidade relacionadas ao turismo e à cultura (como Londrina *Convention Bureau*, Acil, Secretaria Municipal de Cultura, Codel, Unopar, Sesc, Senac, Iapar e Embrapa).

Em 2014 o Sebrae deu início ao projeto “Café com Quê?”, uma parceria com a Escola de Criatividade (Curitiba). O objetivo era potencializar as ações ligadas à valorização da cultura cafeeira em Londrina. No primeiro encontro (um *workshop*), aconteceu um debate entre as entidades participantes a respeito da identificação de Londrina com o café e sugestões para desenvolver/incrementar a atividade turística a partir da identidade com o café. Desta forma, nos demais encontros (que eram bimestrais) muitas ideias que surgiram no *workshop* foram discutidas e vários temas abordados (sejam relacionados à história ou ao momento atual). Algumas ações começaram a ser colocadas em prática pelas próprias entidades que estavam mais engajadas no projeto e ao final de 2015 os encontros foram finalizados.

Isto pode significar uma mudança de rumo. É que Londrina surgiu a partir de um projeto de colonização do norte do Paraná comandado por uma empresa de capital inglês (que viria a se chamar Companhia de Terras Norte do Paraná – CTNP). Por conta de sua localização geográfica e pela propaganda feita pela companhia para atrair investidores e imigrantes, a cidade logo se destacou e teve um rápido desenvolvimento econômico. O primeiro grupo de pessoas que chegou à região nesta época para dar início à cidade era de origem inglesa, mas não apenas estes. Além dos indígenas que já residiam na região, também fizeram parte imigrantes japoneses, portugueses, alemães, poloneses, italianos, espanhóis, árabes e migrantes paulistas e nordestinos, com os primeiros registros de sua vinda já em 1938 (COLASANTE; CALVENTE, 2013). Inclusive a cidade ficou conhecida nesta época como “Colônia Internacional”. Logo em seguida, em 1943, com a Segunda Guerra Mundial, o grupo

de ingleses deixa a cidade de Londrina e um grupo de paulistas assume a administração da CTNP.

O que se vê na cidade de Londrina é a força do poder público municipal e de algumas grandes empresas em incentivar a homenagem aos colonizadores ingleses, por meio da criação de elementos na paisagem londrinense que remetem à cultura deste país que quase nada possuem de ligação cultural a não ser a fundação do município, enquanto que o questionamento que se faz a todo instante é saber se existem realmente elementos da cultura inglesa “[...] que permitem afirmar que a identidade territorial de Londrina também se constitui por esta nacionalidade” (COLASANTE; CALVENTE, 2013, p. 13).

Quando se adentra a história da cidade e se observa os elementos da paisagem a fundo e também sua dinâmica o que encontramos é uma diversidade cultural que compõe a identidade de Londrina, das diversas culturas das pessoas que construíram e constroem ainda hoje esta cidade, com influência de diferentes povos, como já mencionado. Londrina teve seu destaque e crescimento urbano e econômico voltado à cultura do café (e a agricultura como um todo), o que faz muito mais sentido de ser revalorizado da memória londrinense do que o enaltecimento de uma nacionalidade específica da qual quase não vemos registros (a não serem aqueles em instituições como museu e biblioteca, com relatos e fotografias dos “pioneiros”). Importante lembrar Leme (2013) que relata que, nos primórdios da criação do museu histórico de Londrina, os registros se baseavam apenas no olhar dos integrantes da CTNP e a “história oficial”, deixando lacunas de muitos acontecimentos que dinamizaram a história de seus habitantes.

E por que a preocupação em resgatar da história e da memória londrinense seu vínculo com o café? Há alguns anos atrás, foi divulgado em vários veículos de comunicação da cidade o “Projeto Londrina 2012”, de autoria de um economista, que defendia na época a “[...] inserção de elementos típicos da cidade de Londres no município, como uma forma de promover uma identidade com a cidade europeia” (COLASANTE; CALVENTE, 2013, p. 14).

Além disso, iniciativas da prefeitura municipal e de empresas atuantes na cidade também passaram a incentivar a homenagem aos colonizadores ingleses. Com o tempo, alguns elementos começaram a ser vistos na paisagem londrinense,

descaracterizados da cultura local, o que não podemos considerar, como Milton Santos nomeia, de rugosidades (SANTOS, 1996): cabines telefônicas vermelhas (ao estilo londrino) instaladas pela Sercomtel; fachadas de ônibus da empresa Viação Garcia em comemoração aos 78 anos de Londrina com as cores e a bandeira remetendo à esta cultura (em 2012); um condomínio residencial vertical do Grupo Thá (um grupo que contempla incorporadora, engenharia e imobiliária, atuante em Londrina) inspirado em um dos parques de Londres e que dá nome ao empreendimento, o *Greenwich Park*; (em seu projeto não são símbolos que remetem à cultura inglesa, mas sim em seu conceito, “[...] inspirado no charme e na elegância de um dos maiores parques de Londres” (GRUPO THÁ, 2016, s/p); o *Boulevard Londrina Shopping* com decoração interna e externa que remete à cultura inglesa (com detalhes da *London Eye*, do *Big Ben* e de outros pontos turísticos de Londres, assim como os tradicionais personagens londrinos James Bond e Sherlock Holmes); uma passarela com réplicas do Big Ben (referência ao relógio de Londres) inaugurada em 2014 na BR-369, em frente ao Parque Ney Braga, sede da Sociedade Rural do Paraná (a obra foi realizada pela concessionária Econorte, por solicitação da SRP, para melhorar a segurança do grande fluxo de pessoas que transitam na área, com intuito também de homenagem os “pioneiros”). Antes mesmo de sua inauguração, a obra gerou polêmica na cidade, e grupos que manifestaram com um abaixo-assinado contra a decoração da obra em homenagem à cultura inglesa (GONÇALVES, 2013).

Londrina recebeu influências de diferentes culturas que a povoaram, transformando a cidade em seu lar, deixando marcas na paisagem por meio de seus costumes, das edificações, das formas de trabalho, da culinária etc, tornando-a “multicultural”. Além disso, a base da economia que fez Londrina se destacar no cenário nacional, o café, também deixou marcas na paisagem e na história das famílias que ainda residem no local. Muito já se perdeu com o processo de demolição e construção de edificações mais modernas e também outros tantos barracões, casas, objetos e documentos estão abandonados, deteriorando-se, sem atribuição de outra função, retomando o conceito de refuncionalização de Luchiari (2005a). Ao invés de forjar um legado cultural inglês, por que não intensificar as pesquisas e investimentos em valorizar o que há nas raízes da cidade, que vão atribuir muito mais sentido às práticas cotidianas voltadas ao turista e também à comunidade?

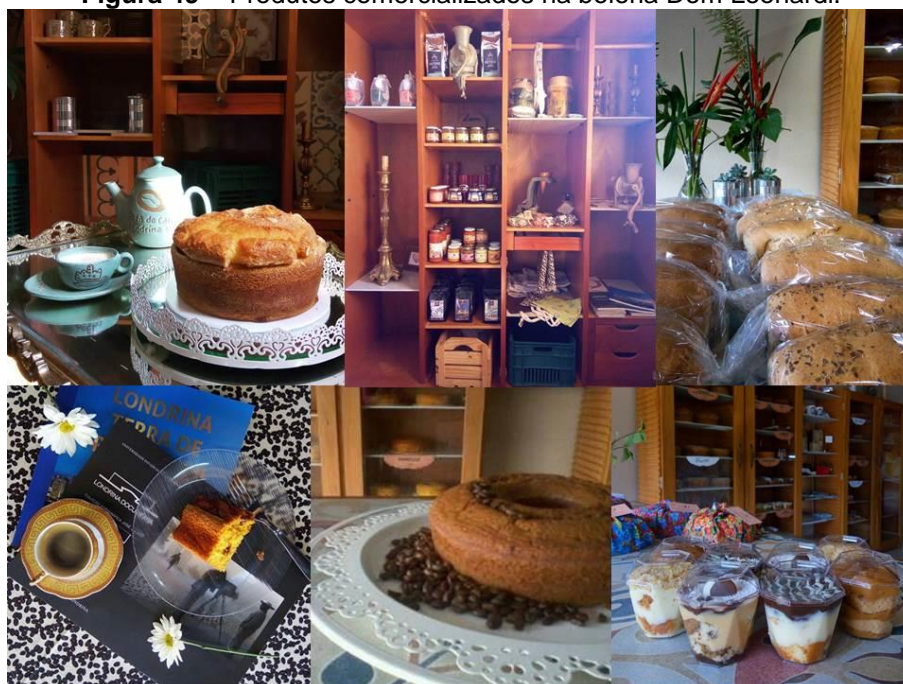
5.1 Boleria Dom Leonardi

Criada no ano de 2014, a Boleria Dom Leonardi, localizada no centro de Londrina, é uma casa especializada em bolos (inclusive o destaque é para o bolo de café), fazendo releituras de bolos clássicos, ou seja, utilizam as receitas tradicionais, mas com alguns toques de inovações, como especiarias e métodos diferentes de preparo. Além dos bolos, produzem bolachas e pães, buscando a cada dia ampliar a oferta de produtos alimentícios diferenciados (figura 49). Também comercializam artesanato de parceiros da Rota do Café e do SouLondrina (projeto do Sebrae em parceria com o Londrina *Convention Bureau* e o Instituto de Desenvolvimento de Londrina - Codel, que apoia a criação de *souvenirs* com identidade, inovação e criatividade, de pequenos produtores de Londrina e região). Recentemente ampliaram suas instalações, criando um espaço para que os visitantes possam degustar seus produtos junto com o café espresso.

No dia 10 de agosto de 2016 foi realizado um trabalho de campo na boleria, com intuito de conhecer os produtos comercializados na loja e também para entrevistar a proprietária, Ana Maria Preuss Leonarde.

A ideia da proprietária em comercializar os bolos é trazer algo particular, diversificar e diferenciar seus produtos, trazendo uma identidade diferente das demais casas de bolos da cidade, optando por produtos feitos na região, saudáveis e que possuem uma história. A entrevistada conta que a história de sua família está muito ligada à economia do café na cidade: em 1933 seu avô comprou terras em Londrina da Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP) para plantar café. Ela relata que é daí que vem sua paixão pelo café e cultura “da terra” e pelo fato de se reconhecer quando ouve a história da cidade e relembrar os relatos de seus avós e pais.

Figura 49 – Produtos comercializados na boleria Dom Leonardi.



Fonte: Boleria, 2016.

Este foi o principal motivo de seu interesse em ingressar na Rota do Café, pelo objetivo de valorização da cultura cafeeira e manutenção de aspectos históricos do norte do Paraná. A entrevistada explica que os valores que são difundidos pela Rota são muito parecidos com os que ela busca difundir em seus produtos da boleria, que é a oferta de produtos de qualidade (e não se ater à quantidade), utilizando produtos sem conservantes e que pudessem ter uma história para contar. Hoje a entrevistada se orgulha em dizer que já conseguiu substituir grande parte dos produtos de sua loja por produtos locais (e observa que o que ela ainda não conseguiu substituir “foi a tal da Coca-Cola”). Também relata que se sente privilegiada em ser referência em produtos locais, tanto para consumo próprio como para presentes.

Como associada à Rota do Café desde janeiro de 2015, a boleria recebe os grupos proporcionando momentos de gastronomia com café, bate-papo com baristas e um pouco da história do café. Realizam também outros tipos de eventos no espaço do estacionamento (figura 50), como oficinas de gastronomia e cafés especiais, participa também de eventos em outros locais como o Cine Bravíssimo (com exibição de filmes italianos uma vez por mês no espaço de eventos do Hotel Cristal) além de patrocinar eventos culturais como o Ecoh (Encontro de Contadores de Histórias), o coral que apresentou no aniversário de 31 anos da ACIL e a entrevistada menciona

que busca estar sempre envolvida na cultura da cidade, para diversificar e divulgar seu trabalho.

Figura 50 – Entrada da Boleria Dom Leonardi.



Fonte: A autora, 2016.

A participação na Rota do Café não traz um retorno financeiro efetivo para a boleria, mas, segundo a entrevistada, sua participação é muito mais pela valorização da memória que proporciona e também pela realização pessoal de ser um membro da Rota e poder também promover as raízes históricas da região.

Sobre os futuros projetos, a proprietária está organizando um mural na parede externa da boleria (estacionamento) com imagens de autoria do fotógrafo Haruo Ohara (registros fotográficos das atividades do campo e memória familiar, vinculada à produção cafeeira em Londrina). Sugere também que sejam feitos pequenos circuitos à pé no centro da cidade, como o “Circuito das Cafeterias”, focando nos turistas que não têm tanto tempo para se deslocar a locais mais distantes de Londrina.

Além do incentivo e promoção da arte londrinense em suas diferentes modalidades (como gastronomia, música, fotografia e artesanato) e se envolver em projetos de cunho social (sendo ponto de venda de produtos confeccionados pelos integrantes do Projeto União para Vitória - Instituto Eurobase), a boleria também

desenvolve um projeto de reutilização de insumos que utiliza no preparo dos bolos (cascas de ovos) e do café (pó usado). É preparado um adubo orgânico com estes rejeitos, embalado e disponibilizado aos clientes da loja (figura 51).

Figura 51 – Adubo orgânico preparado com cascas de ovo e pó de café usado.



Fonte: Boleria, 2016.

Pode-se considerar que a boleria trabalha com os conceitos de inovação e economia criativa, atuando com produtos tradicionais mesclados com um toque de inovação e criatividade. Segundo Pereira Filho (1996, p. 11), “Inovação pode ser definida, de uma forma elementar, como o processo de fazer mudanças ou introduzir algo novo em contextos sociais”. Também nos auxilia neste entendimento, Miguez (1996, p. 96-97), ao discutir sobre a economia criativa:

A economia criativa trata dos bens e serviços baseados em textos, símbolos e imagens e refere-se ao conjunto distinto de atividades assentadas na criatividade, no talento ou na habilidade individual, cujos produtos incorporam propriedade intelectual e abarcam do artesanato tradicional às complexas cadeias produtivas das indústrias culturais.

Frequentemente são lançados novos produtos que são disponibilizados à venda na loja, agregando valor aos produtos fabricados no local e buscando atrair cada vez um público que esteja interessado em produtos diferenciados. A criatividade e inovação estão desde os produtos alimentícios (carro-chefe do estabelecimento) como em objetos de decoração, eventos organizados, tudo para dinamizar a oferta e tornar o local cada vez mais atrativo (tanto para o público londrinense quanto para visitantes).

Como mencionado anteriormente, a proprietária busca utilizar como base de seus produtos a gastronomia tradicional, pois além de ser uma proposta pessoal, ela encontrou um nicho de mercado. Conforme salienta Zanetti (2012, p. 25).

Há, então, um movimento contraditório entre globalização e regionalização, onde se encontra uma tendência de padronização de produtos, consumos e comunicação, porém vê-se, ao mesmo tempo, um movimento reacionário de negação da padronização que fortalece as fronteiras culturais, delimitando as singularidades que diferenciam um grupo dentro de um universo.

Nesta tendência tem-se observado que, ao contrário do processo de massificação da produção, valorizam-se produtos regionais, com características particulares.

Os pequenos empreendimentos comerciais (serviços de gastronomia, artesanato, produção de alimentos, hospedagem etc.) podem compor a atratividade de um destino, ou, no caso da Rota do Café, de um roteiro turístico. Além disso, diversificam a oferta turística a partir do momento que oferecem produtos e serviços diferenciados que se harmonizam com o ambiente local. Os empreendedores se beneficiam ao trabalhar em conjunto e de maneira colaborativa como é o caso da Rota do Café, podendo assim intensificar o que Tedeschi (2016) chama de produção associada ao turismo. Estes locais devem ser organizados de modo que possam proporcionar boas experiências aos visitantes e criar um ambiente de imersão na cultura local.

5.2 O Armazém Café

Há 12 anos em Londrina, o Armazém Café oferece aos seus visitantes uma grande variedade de produtos ligados ao café: grãos de diferentes qualidades (nacionais e principalmente do norte do Paraná), diferentes torras e moagem, excêntricas formas de servir e beber o café (e suas receitas derivadas de doces e salgados) e outros produtos como biscoitos, chás, acessórios para fazer café, além de presentes temáticos, como xícaras e cafeteiras.

A proprietária do empreendimento, Cristina Maulaz, barista e degustadora de cafés especiais, junto com sua equipe, acolhe os clientes de forma que possam ter experiências sensoriais diversificadas.

Como forma de diversificar as atividades da cafeteria, também prestam consultoria a pequenas cafeterias e empresas que queiram trabalhar ou aprender mais sobre café, oferecendo treinamento e acompanhamento de equipes. Além disso, realizam palestras, oficinas, treinamentos e demonstrações (tanto para especializados quanto para o público leigo) nas áreas de extração de espresso, produção de bebidas lácteas, métodos diferentes de preparo de café, *cupping* (avaliação sensorial de café) e *latte art* (figuras feitas na superfície de bebidas à base de café, através de técnicas de manipulação do fluxo do leite e uso de instrumentos e produtos). Recentemente estão também trabalhando em oficinas gastronômicas com produção e decoração de biscoitos e bolos.

No cardápio diário da cafeteria, alguns dos métodos de extração que podem ser degustados pelos visitantes são: o *ibrik* (café turco), a *aeropress* (café americano), os cafés coados no pano (mais conhecido dos brasileiros) e na *hario v60* (método japonês) (figura 52).

Figura 52 – Variedade de métodos de extração de café que são servidos aos clientes do Armazém Café.



Fonte: O Armazém, 2016.

Em 21 de novembro de 2016, após 12 anos instalados no mesmo local, a cafeteria mudou de endereço, passando a atender os clientes em um local mais amplo, com mais serviços e também com histórias. Em entrevista informal a proprietária informou que, para valorizar a história e cultura da cidade, a cafeteria revitalizou uma casa (a quatro quadras do antigo local) que tem 70 anos de história e pertenceu a uma única família. Seu proprietário (que construiu a casa em 1949), já falecido, Victor Romano Filho, era pioneiro, provador e beneficiador de café. Nesta nova localização (figura 53), há um local para eventos empresariais e reuniões, ampliação da venda de grãos especiais, *deck* ao ar livre, oficinas de gastronomia e formação de baristas.

Figura 53 - Nova localização do Armazém Café.



Fonte: a autora, 2018.

Importante ressaltar que a revitalização da casa de um pioneiro da cidade, como foi a proposta para as novas instalações da cafeteria, nos remete à durabilidade das formas e a refuncionalização a que são submetidas (LUCIARI, 2005a). No turismo o processo de refuncionalização tem sido bastante valorizado, pois “[...] descobriram, na refuncionalização de suas formas pretéritas, novos usos sociais que agregam valor econômico ao patrimônio cultural edificado” (LUCIARI, 2005a, p. 8175).

Segundo Santos (1997c, p. 54), “[...] a forma só se torna relevante quando a sociedade lhe confere valor social”. A edificação até o momento tinha sua importância dada pela família residente. A partir do momento que o estabelecimento comercial ocupa a edificação, passa a divulgar e valorizar a história daquela construção e o contexto histórico no qual está inserida:

Ao atribuir valor a determinado objeto, de maneira que este obtenha o *status* de patrimônio, reconhece-se a sua importância na manutenção da memória individual e coletiva dos grupos sociais. Muito além disso, estes bens culturais devem ser compreendidos não de forma isolada, mas pertencentes a um contexto histórico no qual foram construídos. (COLASANTE; OLIVEIRA, 2011, p. 3)

A cidade de Londrina possui diversos bens culturais que remetem à história local. Por ter uma imagem de cidade “jovem e moderna”, o que temos visto são muitas edificações históricas de importância para a memória coletiva sendo suprimidas da paisagem londrinense, ou por sofrerem o processo de deterioração pelo tempo e/ou vandalismo, mas também por demolição para dar lugar a construções mais modernas, já que até 2011 não havia no município nem ao menos legislação de proteção destes bens.

Mesmo com a criação da lei e os trabalhos realizados pela Diretoria de Patrimônio Histórico-cultural da Secretaria Municipal de Cultura, é fundamental que se intensifiquem as ações de Educação Patrimonial em escolas (em todos os níveis de ensino) como também em locais propícios à educação não formal (como museus, parques, ONGs, entre outros). A partir do momento que a população se apropria de sua história, concretizada em bens culturais (sejam materiais ou imateriais), passa-se a respeitar a cidade e a sua memória.

5.3 Cafeteria Café Dual

A cafeteria Café Dual esteve associada à Rota do Café até final do ano de 2016, quando fechou suas portas. Localizava-se em Londrina e possuía em seu cardápio uma grande variedade de bebidas à base de café. Para homenagear a Rota do Café foi elaborado um *drink* com camadas de caramelo, suco de laranja, café e *chantilly*. Os visitantes também podem provar cafés com métodos de extração diferenciados, como no *Hario V60* (método japonês), na prensa francesa e no coador de pano.

Fernanda Correa, proprietária, é barista e tomou a decisão de encerrar as atividades no início de 2017 para se dedicar às oficinas de café em eventos. Hoje ela é associada à ARC como pessoa física, participando de eventos da Rota do Café como oficinas gastronômicas e degustação de cafés especiais na Semana do Café e também nos roteiros organizados pelas agências, indo até os empreendimentos associados à Rota para oferecerem momentos de degustação de cafés (figura 54).

Figura 54 – Oficina de degustação de cafés na Pousada Marabu.



Fonte: a autora, 2016.

O Norte do Paraná não possui mais o destaque de maior produtor de grãos de café como já teve há algumas décadas atrás. A relevância da produção cafeeira norte paranaense está na qualidade dos grãos, os cafés especiais. Junto com esta nova cafeicultura que vem se destacando nos últimos anos, também há um novo mercado consumidor, muito atrelado à gastronomia.

Como salienta Andrade et al (2014) além do interesse gastronômico vinculado ao café, há um nicho de consumidores interessados na experiência em consumir o café, desde sua origem produtora até as diferentes formas de servir, atribuindo novos sentidos e valores à cafeicultura.

A barista Trish Skeie designou, em 2003, as ondas de consumo de café: a primeira onda, período que compreende o pós Segunda Guerra Mundial, quando o café era consumido por suas propriedades energéticas (cafeína) e não por sua qualidade em si. Esta foi uma época de grande expansão do consumo mundial e, conseqüentemente, de interesse de países em produzir os grãos ou mesmo seu beneficiamento. Já na segunda onda de consumo, priorizou-se a melhoria da

qualidade dos grãos e o surgimento das grandes redes de cafeterias, que estimularam o consumo de cafés de melhor qualidade, o consumo de outras bebidas à base de café e também o seu consumo fora de casa. Na terceira onda do consumo de café, incorpora-se ao consumo do café a valorização pela origem dos grãos, sua qualidade sensorial (fragrância, aroma, acidez, corpo etc), além da responsabilidade social e ambiental no processo produtivo (condições de trabalho, qualidade de vida, utilização de defensivos agrícolas, minimização de impactos ambientais, produção orgânica etc) (PEREIRA; BARTHOLO; GUIMARÃES, 2004).

5.4 Panificadora e cafeteria Café com Pão

A panificadora e cafeteria Café com Pão (figura 55) é o mais novo integrante da Rota do Café. Os proprietários Lizandra e Reginaldo Durigão se associaram no mês de setembro de 2017 e já estão envolvidos nas ações de promoção da Rota.

No dia 14 de dezembro de 2017 foi realizado um trabalho de campo para conhecer o local e no dia 21 de dezembro de 2017 foi realizada uma entrevista com a proprietária Lizandra Durigão.

A panificadora foi inaugurada em 2008. Um dos proprietários, Reginaldo Durigão, é responsável pela criação das receitas de pães, bolos etc. Ele e sua esposa Lizandra fizeram o curso de barista, para compreender melhor a extração dos cafés e servir produtos de qualidade em seu estabelecimento. Com a necessidade de comercializar melhores grãos, em 2014, o proprietário fez um curso de torra de café, pois passou a encontrar diferenças nas torras de seus fornecedores. Desta forma, se envolvem com grande parte do ciclo do café, ou seja, buscam direto dos produtores os melhores grãos verdes (ou seja, sem torra). Possuem em seu estabelecimento o torrador, moedores e diferentes equipamentos de extração de café, buscando tornar mais especial a experiência do cliente no lugar (figura 56).

Segundo a entrevistada, o nome "Café com Pão" foi inspirado em um poema de Manuel Bandeira, Trem de ferro, publicado em 1936 e imita o som de um trem em movimento.

A cafeteria participa da ação Café Compartilhado, bastante conhecida em algumas cidades da Europa. No Brasil há casos registrados em São Paulo. Funciona da seguinte forma: você consome um café que já foi pago por alguém e caso deseje, pode fazer o mesmo quando passar pelo caixa e depois deixa uma mensagem. Deixa pago um café para outra pessoa que, por ventura, o queira provar. O objetivo desta pequena ação é despertar a gentileza, segundo os proprietários.

O cardápio conta com grande variedade de produtos, doces e salgados, pães e bolos, entre outros, mas o “carro-chefe” são os cafés especiais. Também comercializam no local diferentes modelos de cafeteiras, xícaras, bules e outros utensílios voltados à degustação de café.

Os proprietários participam de variados eventos com outros empreendedores da Rota do Café, como festivais gastronômicos, shows de degustação, eventos sociais e eventos corporativos, com o objetivo de promover a “cultura dos cafés especiais”.

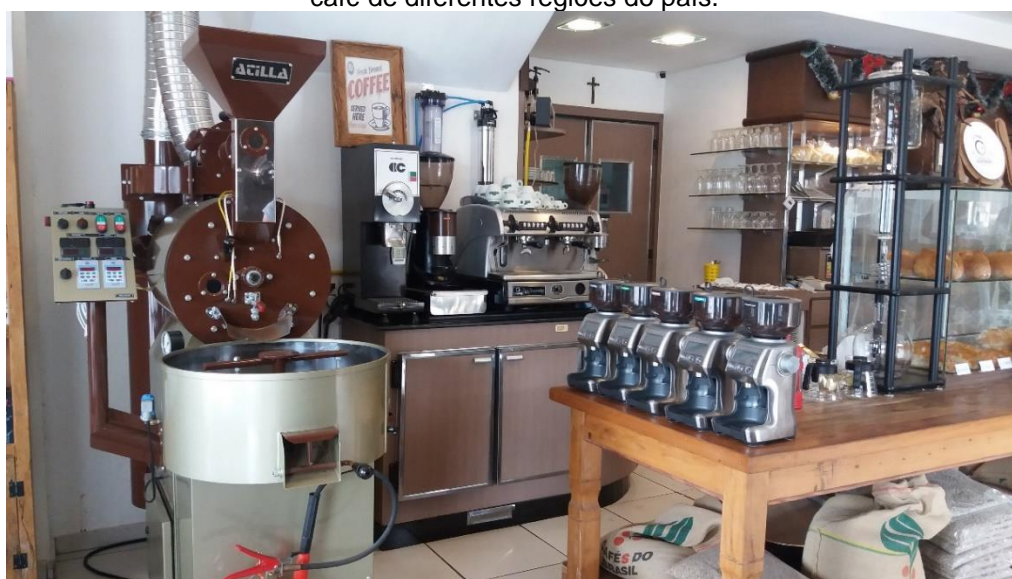
A criação do chef deste estabelecimento, Reginaldo Durigão, o doce chamado “Terra Roxa” (um doce preparado com mousse de abacate, café e cacau belga, coberto por uma *ganache* de chocolate meio amargo e *pralin* de amêndoas), ficou em primeiro lugar no concurso gastronômico “Sabores de Arapongas” realizado em novembro de 2017 e promovido pela prefeitura municipal.

Figura 55 – Fachada da panificadora e cafeteria Café com Pão.



Fonte: autora, 2017.

Figura 56 – Espaço interno da panificadora, em se encontra o torrador, os moedores com grãos de café de diferentes regiões do país.



Fonte: a autora, 2017.

A partir de um estudo realizado por Andrade et al (2014) foram identificados dez principais sentidos atribuídos ao café pelos produtores e consumidores do produto, que conheceremos a seguir:

- **Sentido de valor econômico:** para muitos países, o café é um produto estratégico no comércio internacional, sendo fonte de renda de muitas comunidades rurais. Em diferentes épocas (ou "ondas") valorizou-se a quantidade em lugar da qualidade dos grãos. O que já foi símbolo da agricultura do Norte do Paraná perdeu espaço para diversas outras culturas, por motivos discutidos em capítulo anterior. Na última década, houve uma mudança de cenário e, além da quantidade, há um nicho de produção do café no Brasil que tem se dedicado aos cafés especiais, cuja rentabilidade está pautada na qualidade dos grãos. A Rota do Café possui associados que são produtores de cafés especiais (Fazenda Palmeira e Fazenda Terra Nova), assim como apresenta também cafeterias que têm como produto principal a oferta destes cafés, como a Panificadora e Cafeteria Café com Pão, Armazém Café e a Boleria Dom Leonardi;
- **Sentido utilitário:** além de seu valor energético, servindo para melhorar a concentração e desempenho físico e intelectual proporcionado pela cafeína, na terceira onda de consumo, o café passa a ser procurado também por seu valor nutricional, pois é um alimento rico em vitaminas do complexo B e vitamina C (desde que consumido moderadamente). Inclusive na maioria dos empreendimentos da Rota do Café há o incentivo ao consumo da bebida, de forma adequada, para além da busca por satisfação, para também contribuir com a saúde;
- **Sentido de valor histórico-cultural:** Em função da cafeicultura, muitas cidades foram construídas, influenciando não apenas a economia local, mas também o cotidiano da sociedade. Sendo assim, há muitos elementos relacionados ao patrimônio (tanto material quanto imaterial) presentes nas paisagens. Como é o caso de Londrina e de outras tantas cidades do Norte do Paraná, que tiveram a produção cafeeira como alicerce da economia local e possuem hoje patrimônio edificado, instrumentos e memórias desta época;
- **Sentido de socialização:** criou-se o hábito da pausa para o café nos intervalos do trabalho. Essas pausas proporcionam momentos de socialização. Na

segunda e na terceira onda, o café já passa a ser motivo para encontros entre amigos, reforçando sua importância como alimento "acolhedor". Este é um sentido que está diretamente relacionado à hospitalidade, ao receber bem, ao sentir-se "em casa", característica que muitos estabelecimentos comerciais de alimentação (padarias, cafeterias, bolerias, restaurantes) têm utilizado como atrativo;

- **Sentido de status:** na história mundial, o período que coincide com o Iluminismo, os intelectuais, artistas e reacionários tinham o hábito de frequentar as casas de cafés, representando luxo e sofisticação. Com a massificação do consumo do café, a diferenciação entre os grupos sociais se dá por meio do consumo das diferentes qualidades e formas de preparo do café. Hoje existe uma grande variedade de grãos de diferentes qualidades, o que acaba refletindo no preço, como um dos cafés mais caros do mundo, o *Kopi Luwak*, nome dado a um café produzido no Vietnã e Indonésia a partir de grãos defecados pelas civetas (mamífero noturno, parecido com um gato, que não existe no Brasil). Para produzir o café utilizam-se as sementes "descartadas" por estes animais, que se alimentam do fruto, mas digerem apenas a polpa (a semente passa intacta pelo seu sistema digestivo). Um quilo deste café chega a custar o equivalente a R\$ 1.400,00 no mercado americano e em cafeterias a xícara deste pode custar até o equivalente a R\$ 100,00 (O CAFÉ, 2007). Na Cafeteria Armazém em Londrina é possível apreciar um dos cafés mais caros e exóticos, além do *Kopi Luwak*: o *Jacu Bird Coffee*, produzido na Fazenda Camocim, em Domingo Martins, no Espírito Santo. A partir da existência do *Kopi Luwak*, o proprietário da fazenda, sabendo que a ave Jacu era uma ameaça para o lucro dos cafeicultores (pois chegavam a comer até 10% da produção), resolveu fazer uma experiência similar com os grãos excretados pela ave (CAFÉ DO JACU, 2009).
- **Sentido de responsabilidade ambiental:** os consumidores, na terceira onda de consumo, passam a se importar com as formas de produção e distribuição do produto, com a necessidade de informações da origem. Com um público cada vez mais exigente, os produtores passaram a buscar certificações ambientais e o cultivo orgânico, propondo mudanças substanciais nos sistemas produtivos. É o exemplo do Café Terrara, produzido na Fazenda Terra Nova,

que utiliza a produção biodinâmica para garantir a qualidade de seus grãos, por meio de certificações;

- **Sentido de responsabilidade social:** com este público mais exigente, muitos fornecedores (leia-se produtores e demais envolvidos) passaram a se atentar à responsabilidade ligada às condições de trabalho, remuneração e, na terceira onda, consolida-se a busca pelo comércio direto e redes de cooperação, entre outros;
- **Sentido de identidade:** há uma valorização quando se percebe o sentido de pertencimento à terra, quando os produtores apresentam vínculo com seu produto. Como salienta Andrade et al (2014, p. 11), "A escolha das práticas agrícolas, a participação ativa em grupos de governança compartilhada, entre outros, são evidências desse sentido nas regiões produtoras". A importância do vínculo com a terra é algo memorável quando se pensa na Rota do Café, principalmente nas fazendas Monte Bello e Palmeira;
- **Sentido afetivo:** as relações estabelecidas entre produtor e consumidor e a experiência que os mesmos têm no consumo do café faz com que se estabeleça um sentido afetivo com o produto e/ou o local de produção. Esta característica é marcante nas falas e valores da maioria dos empreendedores da Rota do Café, pois a atividade turística em si não é lucrativa (para parte dos associados), mas o sentido afetivo que o café tem para as pessoas os fazem permanecer na Rota;
- **Sentido de estilo de vida:** segundo Andrade et al (2014, p. 11), "O que se busca é a prática hedônica, o prazer e a felicidade na experiência de consumo, que é resultante também de uma coerência ética nas práticas de consumo escolhidas".

Conhecer os sentidos atribuídos ao café pelos produtores e consumidores pode se tornar um diferencial no desenvolvimento da atividade turística nas propriedades rurais e também na criação de novos produtos e serviços nos empreendimentos associados à Rota do Café. Já existem iniciativas de muitos empreendedores em possibilitar que os visitantes tenham experiências memoráveis com o café, como temos observado no decorrer desta pesquisa. É importante assim, que se conheçam os novos consumidores da "terceira onda de consumo" e que se tome isto como um

diferencial no mercado, buscando que o turismo, a gastronomia, o artesanato e certas atividades comerciais aprofundem os laços com sua história e sua cultura.

5.5 Pousada e Restaurante Victor

Localizada no centro da cidade de Ribeirão Claro, a Pousada e Restaurante Victor é um atrativo de apoio para os turistas da Rota do Café, ou seja, apesar de não ter sua história diretamente envolvida com o café, é um local onde os turistas podem se hospedar e fazer as refeições ao participarem dos roteiros que integram os empreendimentos de Ribeirão Claro. Os dois estabelecimentos são administrados pela proprietária Marilda Aparecida Baggio Victor, que começou no ramo com um disque-pizza nos fundos de sua casa, em 1995. Em 1999, inaugurou o Restaurante Victor e, em 2002, abriu as portas da pousada (PAULA, 2010) (figuras 57 e 58). No dia 19 de novembro de 2017 foi realizada uma visita ao local para conhecer os estabelecimentos.

Figura 57 – Restaurante Victor em Ribeirão Claro.



Fonte: a autora, 2017.

Figura 58 – Pousada Victor em Ribeirão Claro.



Fonte: a autora, 2017.

O restaurante conta com uma variedade de opções no cardápio da “cozinha da Marilda” (como é conhecido na cidade) e é um tradicional ponto de encontro dos moradores da cidade e região. Apesar de ser especializado em pizzas artesanais, serve também cardápios temáticos como “noite italiana”, “rodízio japonês”, entre outros (figura 59). O destaque vai para a “pizza de café”, diferencial do estabelecimento e produto criado em homenagem à cultura cafeeira da região.

Figura 59 – Opções de pratos do cardápio do Restaurante Victor.



Fonte: Pousada, 2016.

A região do Norte Pioneiro (ou Norte Velho), onde se localiza o município de Ribeirão Claro teve sua história enraizada na cultura cafeeira e na região é possível reconhecer nas paisagens as marcas desta época em que o café era a base da economia. O café adentrou o estado do Paraná por meio de agricultores paulistas e mineiros que seguiram o mesmo modelo de estrutura fundiária baseada nas grandes propriedades do Oeste paulista (CHIES; YOKOO, 2012):

[...] as lavouras de café atingiram primeiramente o norte velho ou pioneiro de Jacarezinho, Santo Antônio da Platina, Siqueira Campos, Cambará, Tomazina, Venceslau Braz, dentre outras do norte pioneiro, posteriormente o norte novo de Londrina, Cambé, Apucarana, Rolândia, Ivaiporã, Primeiro de Maio, Sertanópolis, Maringá, dentre outras, e, por final, o norte novíssimo de Paranaíba e Umuarama. Este processo ocorreu especialmente em função da ação de algumas companhias colonizadoras, cuja mais representativa e com maior área de atuação foi a Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP). (CHIES; YOKOO, 2012, p. 34)

O IPAC - Lda (Inventário e Proteção do Acervo Cultural de Londrina) realizou um trabalho cujo objetivo era inventariar o casario do município de Ribeirão Claro e foi, segundo Cesário, Santos e Almeida (1999, p. 7), “[...] uma oportunidade de

inventariar uma cidade que nasceu no começo deste século, resultante da expansão da cafeicultura no Paraná”. Os primeiros trabalhos de campo do grupo de pesquisa os levaram às paisagens rurais do município:

[...] em busca das edificações que serviram de suporte ao plantio e beneficiamento do café nas fazendas formadas no começo do século. Em virtude das construções encontradas nas fazendas Monte Bello, Monte Claro, Jamaica e Salvador, muitas delas atestando o início da cafeicultura no município e, na maior parte das vezes, com a infraestrutura ainda em funcionamento [...]. (CESÁRIO, SANTOS; ALMEIDA, 1999, p. 7)

Também por meio de uma metodologia aplicada, orientada por meio da memória coletiva, o grupo procurou apreender como a população local reconhece e ressignifica o seu patrimônio cultural. Os elementos do patrimônio existentes tanto na sede do município como nas fazendas e bairros rurais podem se tornar atrativos turísticos tanto por seu valor paisagístico quanto pelo seu valor patrimonial. Inclusive na referida pesquisa, os atributos das paisagens são destacados e registrados:

Esse registro assume peculiaridade à medida que se desvela uma paisagem campestre e rústica. O campestre que se dá a ver nas áreas cultivadas e habitadas [...]. A rusticidade das montanhas aparece atenuada pela suavidade de um grande lago fluvial formado pelo represamento do Paranapanema e do Itararé, em função da hidrelétrica de Chavantes. (CESÁRIO, SANTOS; ALMEIDA, 1999, p. 8)

A ressignificação de elementos e/ou sua criação, que remetem à história regional, como a pizza de café do Restaurante Victor, podem valorizar o patrimônio como forma de ampliar o senso de pertencimento ao local para os moradores e pode servir de atrativo para os turistas optarem por visitar a região, em busca de experiências que proporcionem conhecimento, vivência e lazer.

O que se pode considerar como fator motivador da busca dos turistas por estas experiências não são apenas os atrativos em si, mas também a forma como são recebidos nos empreendimentos ou mesmo pela agência ou pelo guia de turismo. Assim hospitalidade:

[...] é uma palavra de origem latina que significa 'acolhimento afetuoso'. Portanto, hospitalidade pressupõe receber bem as pessoas. É dessa acolhida especial que provém um dos princípios que norteiam muitas culturas e religiões: o de fazer ao próximo aquilo que gostaríamos que fizessem a nós mesmos. (GUZELA, 2014, p. 19)

A hospitalidade relaciona-se ao ato de receber, recepcionar, hospedar, alimentar pessoas que se encontram fora de seu ambiente cotidiano em um contexto doméstico, público ou profissional (CAMARGO, 2003). No caso do Restaurante e Pousada Victor a prestação dos serviços voltados à hospedagem e alimentação possuem valor agregado no momento em que a proprietária e os demais colaboradores se posicionam como anfitriões de seus visitantes. O que pode acontecer neste estilo de hospedagem (pousada) é um equilíbrio entre ser hospitaleiro (aquele que recebe por prazer) e ser anfitrião profissional (que não necessariamente recebe por prazer, mas segue regras de satisfação dos hóspedes), conforme diferenciação estabelecida por Camargo (2003). Em meios de hospedagem menores e mais simples, como é o caso da pousada, a proximidade entre quem recebe e quem é recebido permite um aprofundamento nas relações sociais e a possibilidade de laços afetivos. O mesmo pode acontecer em estabelecimentos alimentícios.

Como salienta Campos (2008, p. 5), a hospitalidade está ligada direta e/ou indiretamente à percepção dos indivíduos, por meio dos cinco sentidos humanos. Por meio da visão, o indivíduo pode “situar-se, integrar-se visualmente, distinguir cores, lugares, paisagens, movimentos, entre outros elementos aguçados pela percepção visual [...]”. Os locais podem ser hospitaleiros na medida em que permitem ao visitante a leitura clara da paisagem e também possibilite o deslocamento. Por meio do paladar, a percepção dos sabores, os sentimentos nele embutidos, as sensações que estes alimentos trarão à tona, podem fazer com os visitantes associem momentos agradáveis àquele determinado local visitado. De acordo com a sensibilidade de cada pessoa, os sons musicais, os sons urbanos (buzinas, carros, obras etc) e os sons naturais (pássaros, vento, água corrente etc) são sentidos pela audição e vão impactar o visitante de acordo com suas preferências. Sobre o olfato, “Associar os odores à hospitalidade refere-se diretamente a cheiros que tragam boas lembranças, bons momentos, isto é, que sejam agradáveis” (CAMPOS, 2008, p. 12), conhecido como

memória olfativa. Experiências contrárias também podem ocorrer, quando os turistas associam, por exemplo, o mau cheiro do esgoto à céu aberto quando visitam algum local de uma cidade. A hospitalidade relaciona-se ao tato em pequenos gestos e pelo contato físico, por exemplo, nos gestos de cumprimento, que variam de um ambiente para outro (em algumas culturas o cumprimento é um abraço, um aperto de mão, já em outras, isso pode ser um ato desrespeitoso).

Além do diferencial da recepção dos visitantes, o ato de servir, de alimentar, de entreter os visitantes pode ser considerado um ponto importante. Grande parte dos produtos utilizados no preparo dos pratos no restaurante é de cultivo próprio, pois a Chácara Victor possui uma horta orgânica com uma vasta quantidade de hortaliças, verduras e frutas (figura 60).

Figura 60 – Horta orgânica na Chácara Victor, em Ribeirão Claro.



Fonte: Pousada, 2016.

A hospedagem, a alimentação e a hospitalidade com que o restaurante e pousada Victor acolhe o visitante é o diferencial para que estejam inseridos na Rota do Café. A gestão municipal de Ribeirão Claro (e também a Associação Rota do Café) pode potencializar a atratividade local não apenas por seus recursos naturais, mas

também se apropriar das particularidades de sua história e dos elementos do patrimônio presentes nas paisagens urbanas e rurais.

5.6 PARCEIROS

Os parceiros são entidades públicas ou privadas que possuem a função de apoiadores das ações da associação, atuando de forma conjunta e participativa, alinhados com os objetivos da ARC, sendo isentos da contribuição associativa e sem direito a voto, segundo o estatuto social ainda vigente.

Neste tópico vamos conhecer os museus associados à Rota do Café e seu importante papel na valorização da memória regional, na conservação do patrimônio, na construção do saber e como instrumento de reflexão social.

Além dos museus, vamos conhecer também as instituições de pesquisa, Iapar e Embrapa, que são parceiros da Associação Rota do Café e que possuem importante papel para o desenvolvimento técnico-científico agropecuário. Além disso, conheceremos também duas empresas de corretagem e comercialização de grãos, a Rural Corretora de Café e Cerais e a Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina, que estão envolvidos com a Rota do Café por serem especializados nas transações comerciais de grãos de café em grande quantidade e recebem visitantes cujo objetivo é conhecer as peculiaridades deste mercado. Englobamos neste grupo também o Café Escola SENAC, localizado no Sesc Cadeião Cultural que, dentre outros objetivos, busca desenvolver e ofertar à população londrinense atividades culturais.

5.6.1 Museu do Café, Centro do Artesanato e Circuito Cultural de Ibiporã

Inaugurado em maio de 2012, o Museu do Café de Ibiporã está instalado no prédio da antiga Estação Ferroviária, inaugurada em 1936 e que foi o marco de chegada dos pioneiros no município, especialmente para trabalhar nas lavouras de café (figura 61). Assim como Londrina, Ibiporã também tem em suas raízes o café

com uma forte produção que impulsionou seu desenvolvimento (ROTA, 2016). A estação ferroviária foi o marco inicial de ocupação e colonização da cidade e tornou-se símbolo de modernidade na época (KASTER, 2016).

Figura 61 – Prédio do atual Museu do Café de Ibioporã, antigo prédio da Estação Ferroviária. Ao lado, logomarca do museu.



Fonte: Rota, 2016; Museu do Café, 2016.

A autora realizou uma pesquisa com “pioneiros” de Ibioporã (que ainda residem no local), buscando responder a pergunta: Por que há uma identificação dos pioneiros com a estação e por que ela ocupa lugar cativo em suas memórias? Utilizando-se de fotografias e os depoimentos por meio da história oral, conclui que “[...] a estação de Ibioporã cumpre três papéis: é identitária (os sujeitos nela se reconhecem), relacional (lugar onde estabeleceram importantes relações sociais no passado) e histórica (foi a primeira construção pública da cidade)” (KASTER, 2016, p. 14).

O prédio, abandonado desde a década de 1970, é de grande importância para a memória dos ibiporaenses e o único patrimônio da cidade tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Segundo Júlio Dutra, secretário de cultura e turismo do município (e idealizador da parceria de Ibioporã com a Rota do Café), a comunidade participa da constante construção do museu, por meio da contação de suas histórias e trazendo fotos e objetos para fazerem parte do acervo (DUTRA, 2012). Além da comunidade local, o museu também recebe visitantes de outras localidades, inclusive ex-moradores da cidade que buscam relembrar momentos históricos da cidade (figura 62).

O museu é parte integrante do Complexo Socioeducativo, Turístico e Cultural do município, que abriga também as casas históricas dos ferroviários, conta ainda com o Auditório dos Pioneiros e sedia as Secretarias Municipais de Educação e Assistência Social. O museu também abre suas portas para eventos, exposições e outras atividades interativas, como oficinas (ROTA, 2016). Tornar disponível a área do museu para outras atividades é uma boa estratégia para aumentar o fluxo de visitantes neste espaço, já que, em muitas cidades, a população não conhece e muitas vezes não se reconhece na história, valorizando mais o que é “de fora” do que propriamente os elementos de sua cultura e história.

Figura 62 – Paisagens do Museu do Café de Ibiporã.



Fonte: Rota, 2016; Museu do Café, 2016.

Para sabermos valorizar este espaço de memória, é importante considerar a relevância dos museus. Os museus são importantes locais para valorização da memória coletiva, para conservação dos bens patrimoniais, construção do saber e como instrumento de reflexão social. Os museus, assim como o patrimônio, não possuem uma função social única, a depender dos seus objetivos e de suas formas de atuação. Por meio do patrimônio, e assim também dos museus, “[...] seja em sua forma material ou imaterial, os homens constroem relações com os demais membros

de sua cultura, com outras culturas ou com as gerações que os antecederam, desta forma desenvolvendo suas identidades” (SOTO, 2010, p. 23).

Para compreendermos a importância dos museus, primeiro é necessária sua conceituação, assim como é relevante conhecermos as tipologias de museu existentes, sob uma classificação do Ministério da Cultura. Utilizando a definição do ICOM (*Internacional Council of Museums*),

Os museus são instituições permanentes, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, abertas ao público, que adquirem, preservam, pesquisam, comunicam e expõem, para fins de estudo, educação e lazer, os testemunhos materiais e imateriais dos povos e seus ambientes. (ICOM, 2016, p. 31)

Assim, muito além do (pré)conceito que em senso comum se tem de que os museus são locais entediantes, onde existem apenas objetos antigos e nada mais (pois infelizmente ainda esta é uma ideia errônea que se tem), os museus possibilitam conhecer as memórias, a pesquisa, a educação, o lazer, o reencontro das raízes, entre outras possibilidades, o que vai depender também do conteúdo existente nestes locais. Em sua abrangência, temos diferentes tipologias de museus de acordo com o acervo (COSTA, 2006, p. 9-11):

ANTROPOLOGIA E ETNOGRAFIA: coleções relacionadas às diversas etnias, voltadas para o estudo antropológico e social das diferentes culturas.

[...]

ARQUEOLOGIA: coleções de bens culturais portadores de valor histórico ou artístico, procedente de escavações, prospecções e achados arqueológicos.

[...]

ARTES VISUAIS: coleções de pintura, esculturas, gravuras, desenhos, incluindo a produção relacionada à Arte Sacra. Nesta categoria também incluem-se as chamadas Artes Aplicadas, ou seja, as artes que são voltadas para a produção de objetos tais como: porcelana, cristais, prataria, mobiliário, tapeçaria.

CIÊNCIAS NATURAIS E HISTÓRIA NATURAL: bens culturais relacionados às Ciências Biológicas (Biologia, Botânica, Genética, Zoologia, Ecologia etc), às Geociências (Geologia, Mineralogia etc) e à Oceanografia.

CIÊNCIA E TECNOLOGIA: bens culturais que ilustram acontecimentos ou períodos da História.

IMAGEM E SOM: documentos sonoros, videográficos, filmográficos e fotográficos.

VIRTUAL: bens culturais que se apresentam mediados pela tecnologia de interação cibernética (internet).

No caso dos museus apresentados neste trabalho, os três se enquadram em mais de uma categoria, já que seu acervo é heterogêneo: temos desde coleções de objetos de etnias indígenas que residiam na região norte do Paraná, até documentos sonoros, filmes e fotográficos que contam a história da região e o vínculo com o café.

Uma parcela dos turistas procura conhecer as memórias e os elementos culturais (materiais e imateriais) dos locais que visitam e normalmente os museus são o foco. Esse interesse pelo “passado”, segundo Anico (2005, p. 74) é conhecido como *boom* da memória, que seria a intensa criação de “[...] locais de recordação e reminiscência do passado, que incluem monumentos, museus, arquivos e bibliotecas, efemérides e comemorações, bem como outras formas de patrimonialização de referentes culturais [...]”.

Os museus (em suas várias tipologias, conforme já visto) são locais propícios para a complementação da educação formal, para que os professores realizem trabalhos com seus alunos no sentido de interligar os elementos materiais da cultura local com as teorias em sala de aula (no caso dos museus históricos e temáticos, como o Museu do Café de Ibiporã) e buscar desenvolver o senso de pertencimento e valorização da memória e cultura de onde residem.

[...] a memória social ou coletiva, evidenciada a partir dos registros, vestígios e fragmentos, considerados conceitualmente como bens culturais de uma dada sociedade, constitui-se em referencial da identidade cultural e instrumento mediador entre sujeito histórico e a cidadania. (TAMANINI, 2000, p. 8)

Em meio a xícaras, instrumentos de trabalho do cafeicultor, máquinas de costura, sacos de estopa, sapato e chapéu usados na época, rádio e telefone, além de peneiras usadas nos cafezais, o acervo do museu permite aos visitantes conhecerem um pouco da história da cidade e também das peculiaridades da cultura cafeeira na região. Com visitas agendadas, os monitores acompanham os grupos, contando a história da cidade e a importância da cafeicultura na região. Em alguns horários do dia os visitantes ainda podem ouvir e observar o trem de cargas da América Latina Logística (ALL) passar pelos trilhos que ficam atrás do prédio. Ainda é um sonho da população da região que o trem de passageiros volte a operar na cidade.

Em abril de 2014, o museu recebeu a escultura “Cristo Libertador” (figura 63), obra do artista paraibano Henrique de Aragão, residente em Ibiporã desde 1965 e falecido em agosto de 2015, um grande nome da arte sacra brasileira. Inclusive a cidade toda é contemplada com várias obras do artista, no que pode ser chamado de Museu de Esculturas ao Ar Livre de Ibiporã.

Conforme salienta Isabelle Silva (2012) Ibiporã se destacou ao inovar na criação de um museu de esculturas ao ar livre em 1989. Isto normalmente acontece em grandes cidades, como é o caso de São Paulo. Não é comum ocorrer propostas deste gênero em cidades de pequeno porte. Em outras localidades, normalmente estes locais (assim como praças e jardins) são “[...] criados para ‘retomar’ um espaço de convivência, que havia sido perdido com o crescimento demasiado das cidades”, mas não foi o caso de Ibiporã: “As praças na cidade foram apropriadas como local de exposição artística, e através desta mediação, de um Museu que recriou este espaço físico e simbólico, conferiu a ele novas significações” (ISABELLE SILVA, 2012, p. 102 e 103).

Figura 63 – Escultura “Cristo Libertador” de Henrique de Aragão, no Museu do Café de Ibiporã.



Fonte: Biccas, 2014.

Outro ponto importante para a Rota do Café em Ibiporã, criado em 2009, o Centro do Artesanato é um espaço que abriga diferentes tipos de trabalhos manuais de mais de 100 artesãos do município de Ibiporã. Pode ser encontrado artesanato feito em tecido, madeira, bordado, crochê, pintura e também produtos alimentícios (figura 64).

O artesanato, para os turistas da Rota do Café, serve como *souvenir*, (termo em francês que significa “memória”), ou seja, lembrança da visita em determinado local, para si ou para presentear, a partir de produtos fabricados pelos próprios artesãos locais.

O que o turista espera, via de regra, é que esta lembrança seja originária realmente de tal localidade visitada (como é o caso dos trabalhos dos artesãos de Ibiporã), mas sabe-se que em muitas localidades isso não acontece. É um processo que Pinho (2005) menciona como *industriano*. Como é possível você comprar um colar produzido por artesão que utiliza materiais encontrados na Costa Rica e ao mesmo tempo este mesmo colar ser “típico” de Bonito/MS? E Pinho (2005, p. 174) ainda destaca:

Mercado de turismo e produto artesanal são definitivamente um selo esperado e uma união oportuna. Mas vale lembrar que não estamos sugerindo que o produto artesanal seja [...] alocado ao que se costuma designar por *industriano*. Ao contrário, [...] esta fusão é benéfica se tivermos claro que a proposta não é de “souvenirização” do produto artesanal, risco que se corre de fato [...]. A busca é por um novo caminho e novas oportunidades, por novas conquistas de mercado, um feixe de oxigênio para o segmento artesanal.

Figura 64 – Produtos da Rota do Café comercializados no Centro do Artesanato de Ibiporã.



Fonte: Boechat, 2014; Ibiporã, 2016.

O museu e o centro de artesanato fazem parte do Circuito Cultural de Ibiporã, que é um roteiro realizado a pé pelo centro da cidade, onde os visitantes podem conhecer os principais monumentos e espaços artísticos da cidade, iniciando pelo Cine Teatro Padre José Zanelli, passando pelo Museu de Esculturas ao Ar Livre, pela Igreja Nossa Senhora da Paz (que recebeu muitas doações dos produtores de café e possui obras do artista Henrique de Aragão) (figura 65).

Figura 65 – Espaços que compõem o circuito cultural de Ibiporã.



Fonte: Ibiporã, 2016; Oliveira, 2016.

5.6.2 Museu Sociedade Rural do Paraná (SRP)

Criado em 2010 (ano de comemoração dos 50 anos da Exposição Agropecuária de Londrina), nas dependências da sede da Sociedade Rural do Paraná em Londrina, o museu SRP possui uma área com cerca de 200 metros quadrados e tem como objetivo incentivar a valorização da história e cultura da região por meio de um amplo acervo composto de documentos textuais, imagens, objetos e arquivos audiovisuais (ROTA, 2016).

No dia 08 de abril de 2017 foi realizado um trabalho de campo com objetivo de conhecer o acervo do Museu SRP. Existem diferentes temas nas exposições de longa temporada como agricultura (que apresenta o auge do café na região e sua decadência com a geada, assim como cita as culturas de subsistência e agricultura comercial) (figuras 66 e 67), pecuária (com conceitos e curiosidades sobre produções e atividades da pecuária) e modernidade (expondo pesquisas sobre melhoramento

genético vegetal e animal). O museu também possui um arquivo com o acervo histórico da Sociedade Rural.

Os museus têm um papel fundamental na Rota do Café, tanto para os moradores quanto para os visitantes destes locais, pois contribuem com a valorização da história regional por meio de seu acervo, o registro da memória e são instrumentos de reflexão na educação formal e não formal.

Há diferenças quando falamos de museus no Brasil e em outros países, por exemplo, como a maioria dos países da Europa e do México (para termos um exemplo “latino”). Como explica Gomes (2001), no México os museus são o ponto forte da atratividade do país, pois houve o intenso trabalho de diversos profissionais para o fomento do turismo e, além disso, por razões políticas, houve grande incentivo à valorização da cultura local e construção de uma identidade nacional. Existem assim inúmeros museus regionais que conservam os elementos da cultura mexicana e empenham-se em capacitar suas equipes em conservação, restauração, museologia e educação, buscando formas modernas e interativas de exposição. E no Brasil? Temos vários museus de destaque, tanto em artes quanto de ciência e outras tipologias, com acervos preciosos, mas que são subaproveitados; poucos recursos são aplicados para a manutenção e ampliação de seu acervo e estudos; há escassa valorização na capacitação dos profissionais habilitados a trabalharem na área e falta divulgação e um trabalho eficaz de *marketing*. Segundo Gomes (2001, p. 28), “A ausência de incentivo e de divulgação mais agressiva cria um círculo vicioso, que afasta o turista dos museus e ao mesmo tempo impede que o museu se reestruture para atingir um público mais amplo”.

Já não se espera mais que os visitantes fiquem boquiabertos diante das exposições. Agora dá-se mais ênfase a seu grau de participação nelas. Os museus “vivos” substituem os museus “mortos”, os museus ao ar livre substituem os museus fechados, o som substitui murmúrios impostos pelo silêncio e os visitantes não estão mais separados por divisórias de vidro daquilo que é exposto. (URRY, 2001, p. 176)

modalidade, pois desta maneira pode-se fortalecer o senso de pertencimento e a valorização dos bens patrimoniais, seja pelo olhar da comunidade local ou do visitante.

5.6.3 Museu Histórico de Londrina Padre Carlos Weiss

O Museu Histórico de Londrina Padre Carlos Weiss localiza-se na região central da cidade e é um símbolo importante de registro da memória de Londrina e região, tanto pelo conteúdo do seu acervo quanto pelo valor de sua arquitetura e significado da edificação. O museu tem como missão:

[...] desenvolver ações de resgate, preservação e divulgação do patrimônio cultural de Londrina e região, procurando tornar visível a trajetória histórica de sua sociedade; dar suporte ao ensino, pesquisa e extensão e promover a reflexão crítica da realidade histórica, contribuindo para a renovação e melhoria da qualidade de vida e da dimensão cultural da população (UNIVERSIDADE, 2016, s/p).

Foi inaugurado no dia 18 de setembro de 1970, na antiga Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Londrina e a partir de 1974 tornou-se órgão suplementar da Universidade Estadual de Londrina. Desde 10 de dezembro de 1986 ocupa o prédio da antiga Estação Ferroviária de Londrina (UNIVERSIDADE, 2016). O museu recebeu este nome, pois o padre Carlos Weiss (que na época também era professor e, junto com uma equipe de professores do Departamento de História, passou a coletar objetos e documentos relacionados à história da cidade) foi quem deu início aos trabalhos de registro da história de Londrina e região e também o primeiro diretor do museu (LEME, 2013).

O processo de coleta de objetos e documentos teve grande apoio dos alunos do departamento (inclusive moradores de outras cidades), pois os docentes passaram a direcionar suas disciplinas, com o intuito de transformar a ação em atividades acadêmicas, auxiliando, por exemplo, no levantamento de informações de seus municípios para compor o acervo do museu. Conforme salienta Leme (2013, p. 128), o acervo começou a ser constituído por quem foram considerados “[...] homens de

destaque da sociedade. Aqueles que, socialmente, economicamente e/ou politicamente, alcançaram postos-chaves no poder local”. Carlos Weiss tentou constituir um acervo que também contemplasse um dos maiores grupos de migrantes de Londrina (os nordestinos), mas as gestões seguintes continuaram com o ideário de priorizar (mesmo que inconscientemente) o enaltecimento aos pioneiros e à Companhia de Terras Norte do Paraná (CTNP).

Importante frisar que desde a gestão de Carlos Weiss, havia a intenção de transformá-lo em Museu do Café do Paraná, tão forte era a influência deste produto para a economia regional. Dos porões da antiga faculdade para o local em que hoje está instalado, foi uma longa jornada de busca por um local melhor para acomodar o acervo. Desde casas de pioneiros até o prédio do antigo fórum foram sondados para a transferência do museu. Um fato importante e curioso é relatado por Leme (2013, p. 139):

Em 1977, nos escritórios do Museu Histórico de Londrina, a diretora passou a denominá-lo de Museu do Café do Paraná. Neste período uma fazenda de café passou a ser sondada para sede do museu. Inúmeras reuniões foram feitas com representantes da chamada sociedade rural da cidade. A ideia seria a de solicitar junto ao governo do Estado o tombamento da sede e o entorno de uma fazenda, com o objetivo da instalação do museu e preservação do cenário de uma fazenda de café. Dessa forma, em um mesmo local, a sede de um museu e a memória da colonização e do café, produto responsável pelo *boom* econômico da cidade e região, seriam contemplados.

A iniciativa, apesar de interessante, não se concretizou, “[...] devido a falta de mobilização dos interessados”, segundo Leme (2013, p. 139). Porém, com a mudança do leito ferroviário para a região norte da cidade, o prédio da estação ferroviária seria desocupado.

O prédio da Estação Ferroviária de Londrina foi inaugurado em 20 de julho de 1950 e funcionou com esta finalidade até 1982, quando o último trem de cargas deixou de trafegar em 06 de novembro (o trem de passageiros deixou de trafegar no ano anterior, em 10 de março de 1981).

Verifica-se que as formas permanecem, mudando sua função e nas paisagens do museu é possível verificar as diversas acumulações ao longo da história (SANTOS, 1997a).

Tornou-se um marco urbano com grande destaque na fisionomia urbana londrinense. Mesmo não sendo tombado pela Coordenadoria do Patrimônio Histórico e Artístico da Secretaria de Estado da Cultura e Esporte, o prédio está cada vez mais consolidado como edifício remanescente da história da colonização do norte do Paraná e da formação da cidade de Londrina [...]. (LEME, 2013, p. 156)

Apesar do prédio da antiga estação de Londrina não ter sido tombado como patrimônio, no país esta é uma ação que vem acontecendo nos últimos anos. Os bens oriundos da extinta Rede Ferroviária Federal S.A. (RFFSA) estão distribuídos por 18 estados, além do Distrito Federal, e destes, segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) (2016), 639 foram inscritos na Lista do Patrimônio Cultural Ferroviário pelo seu valor histórico, artístico e cultural. Eduardo Oliveira (2010, p. 180) identifica que, “[...] dentre os diferentes tipos de valoração patrimonial, já há a [...] ideia de patrimônio industrial, levando em consideração as atividades industriais contemporâneas nos seus aspectos tecnológicos, econômicos e sociais” e o patrimônio ferroviário estaria incluso neste grupo.

Além desses, outros bens ferroviários estão protegidos pelo tombamento: a Estação da Luz (em São Paulo), Vila Ferroviária de Paranapiacaba (em Santo André/SP), a Estação de Joinville (em Santa Catarina) e a Estação de Teresina (no Piauí) (IPHAN, 2016).

No Brasil podemos encontrar exemplos de locais que passaram pelo processo de refuncionalização (aproveitando suas formas e dando-lhes outra função), transformando uma antiga estação ferroviária em museu e outros espaços culturais: o Museu do Café em Ibiporã (PR), o Museu Histórico de Bandeirantes (PR), o Museu de Artes e Ofícios em Belo Horizonte (MG), Museu da Língua Portuguesa em São Paulo (SP) e Museu Ferroviário em Curitiba (PR). Na região metropolitana de Campinas, nos municípios de Americana, Artur Nogueira, Campinas, Hortolândia, Indaiatuba, Jaguariúna, Nova Odessa, Pedreira, Santa Bárbara d’Oeste e Valinhos,

as antigas estações ferroviárias foram transformadas em museus, centros de artesanato e espaços culturais com biblioteca e auditório (BACCHETTI, 2014).

A história desta edificação em Londrina, apesar da mudança de função, está vinculada ao processo de colonização do norte do Paraná e a produção cafeeira. Como salienta Leme (2013, p. 150), “Nas primeiras décadas da história da cidade a ferrovia e o trem simbolizavam a modernidade que rasgava, com seus trilhos, a mata fechada do sertão paranaense”.

Hoje se encontra em exposição no museu dois vagões e uma locomotiva a vapor modelo Baldwin fabricada em 1910 e restaurada em 2014 por técnicos contratados pela Universidade Estadual de Londrina (figura 68). Aos visitantes é permitida a entrada nos vagões, mas antes é necessário que se use um protetor no calçado para evitar sujeira e desgaste do assoalho.

Figura 68 – Locomotiva e vagões em exposição no Museu Histórico de Londrina. No canto direito, pés de café no jardim do museu.



Fonte: a autora, 2016.

O local possui grande valor em relação à memória da cidade por sua trajetória histórica (seja como estação ferroviária ou como sede do museu histórico), seja pela

sua arquitetura peculiar, pensando no contexto urbano em que está inserido, que, segundo Priscila Silva (2012) é um exemplar característico da arquitetura Eclética ou Ecletismo Arquitetônico, pois “[...] estão somadas as mais diferentes linguagens plásticas. O edifício apresenta elementos provenientes da Arquitetura de Ferro, Arquitetura Medieval (nas suas vertentes Gótica, Românica e Normanda), Modernista e Clássica Greco-Romana” (PRISCILA SILVA, 2012, p. 36) (figura 69).

Muito além de ações voltadas à educação formal (tendo como público-alvo as escolas), os museus (e em especial o Museu Histórico de Londrina) tem potencial para pensar suas ações como experiências da educação não formal, ou seja, práticas educativas voltadas à sensibilização da coletividade sobre as questões patrimoniais, estimulando sua participação na defesa e valorização do seu patrimônio (no caso de residentes) e/ou do patrimônio da cidade receptora (no caso dos turistas). Desta forma, não apenas o professor que leva seus alunos ao museu tem o papel de educador, mas também o monitor que acompanha, pois “[...] tem como tarefa não somente apresentar este processo, mas, igualmente, estimular e contribuir na relação que se estabelece entre patrimônio cultural musealizado e sujeito” (LIMA; POLO, 2012, p. 26).

Figura 69 – Prédio do Museu Histórico de Londrina, antiga estação ferroviária. Destaque para a pequena plantação de café, no primeiro plano.



Fonte: Rota, 2016.

No dia 09 de agosto de 2016 foi realizado um trabalho de campo ao museu com intuito da prática de observação (com um olhar diferente do habitual, já que frequentei algumas vezes o local e cada vez com um objetivo diverso) e entrevistar a assessora de imprensa e divulgação do museu e colaboradora mais envolvida na Rota do Café, Bárbara Daher Belinati.

Segundo a entrevistada, apesar de algumas ações envolvendo a Rota do Café com o museu desde 2009, foi a partir de 2013 que o vínculo passou a ser mais próximo, pois o museu se tornou apoiador da Rota, enquanto ainda estava ligada ao projeto do Sebrae (desde essa data a entrevistada participa ativamente das reuniões da governança e posteriormente da associação, inclusive auxiliando na elaboração do estatuto). A partir do final de 2015, quando da criação da associação, o museu passou a ser parceiro, firmando sua ligação principalmente pelos trabalhos de valorização da cultura regional e é hoje um atrativo bastante significativo para a Rota. Essa parceria, segundo a mesma, se dá através de participação em eventos (o museu foi o local escolhido desde o início para ser o espaço principal do evento Semana do Café e outros eventos menores durante o ano) e recepção de visitas monitoradas organizadas pelas agências de turismo associadas à ARC.

As atividades da Rota do Café no museu ocorrem de diferentes formas, sempre dependendo da programação solicitada pelos grupos. O atendimento aos grupos pode ser feito pelo guia de turismo contratado pela agência e também pelos estagiários (das áreas de História, Geografia e Turismo) e funcionários do museu. A história de Londrina e região é apresentada aos visitantes em seus diferentes estágios de desenvolvimento durante a visita que costuma durar de 50 a 60 minutos. Quando sem agendamento, é possível realizar uma visita autoguiada, pois as exposições apresentam painéis explicativos.

A entrevistada enfatizou que a história do café está presente em todas as partes do museu, a começar pelo prédio da antiga estação ferroviária onde o museu tem seus acervos instalados. A linha férrea “chegou” até Londrina em função do desenvolvimento da economia por meio do plantio do café. Na exposição permanente é contada toda a trajetória da nossa história e a migração de pessoas vindas de outros países e regiões do Brasil pela propaganda da “terra roxa” e da chance de prosperidade nas terras férteis do norte do Paraná.

O museu conta com um setor de exposição permanente, composto por coleções de variadas categorias de objetos e materiais representativos do cotidiano londrinense, como saúde, agricultura, religião, educação, transporte, comércio etc, inclusive uma área exclusiva para contar a história do café na região, conforme mencionado pela entrevistada (figura 70).

Outro setor do museu é ocupado com exposições temporárias, de diversos temas, sendo grande parte deles vinculadas também à cultura londrinense (no dia em que foi realizado o trabalho de campo, a exposição contemplava o tema esporte – devido ao período das Olimpíadas – com fotos e objetos que contam a história do time de futebol Londrina Esporte Clube). Além disso, o museu conta com outros setores importantes como o Setor de Imagem e Som "Eugênio Brugin" (que possui um acervo de aproximadamente 50 mil peças, dentre elas fotografias, negativos de vidro, negativos flexíveis, slides, filmes, quadros, discos, depoimentos gravados de pioneiros etc.). Também há o Setor de Documentação "José Garcia Molina", com documentos textuais, mapas, plantas, microfilmes, periódicos, monografias, depoimentos, etc. que retratam a história de pioneiros de Londrina e região (UNIVERSIDADE, 2016).

Figura 70 - Exposição permanente sobre o café no Museu Histórico de Londrina.



Fonte: a autora, 2016.

No museu existem outras áreas de convivência bastante importantes, como a cafeteria, onde são realizadas oficinas de degustação de cafés especiais, principalmente na programação da Semana do Café (figura 71).

Além da Semana do Café (cuja programação completa é realizada no espaço do Museu Histórico), o museu também abre suas portas para outros eventos culturais como lançamento de livros, apresentações musicais e teatrais, eventos científicos, entre outros, com intuito de aproximar este lugar de memória à população londrinense e aos visitantes oriundos de outras localidades.

Figura 71 – Oficina de degustação de cafés especiais no Museu Histórico de Londrina.



Fonte: Blog, 2016.

O jardim do museu conta com um pequeno cafezal (figura 72) e com um barracão externo (com objetos de trabalho do cafeicultor) que também são espaços para se desenvolver atividades de sensibilização que despertem a curiosidade em relação à memória local.

Sobre os benefícios que a parceria com a Rota do Café trouxe para o museu, a entrevistada relata que passaram a receber mais visitantes por meio das agências de turismo e que estes visitantes tornam-se “difusores” de opiniões, importante para que cada vez mais pessoas conheçam a história e cultura londrinense e da região. Se

esta parceria possui algum aspecto negativo, a entrevistada diz: “Não vejo nenhum aspecto negativo em nossas relações”. O único comentário que faz é que são necessários mais esforços em busca de um trabalho integrado e efetivo para que seja possível envolver mais turistas para os passeios às propriedades da Rota.

Figura 72 – Grupo de alunos em atividade no cafezal do Museu Histórico de Londrina.



Fonte: Blog, 2016.

Quando o assunto é a associação (ARC), a mesma faz uma comparação bastante relevante: “Quando um pai dá autonomia ao seu filho, existe a insegurança em saber de que forma esse filho vai atuar”. Ou seja, quando o Sebrae finalizou o projeto da Rota e esta teve que caminhar “com suas próprias pernas”, por meio da associação, todos ficaram apreensivos. De acordo com a entrevistada, é um grupo bem homogêneo em relação às ideias, que se reúne constantemente para discutir a valorização, conservação e registro da memória do café do café no Norte do Paraná.

5.6.4 Instituto Agrônômico do Paraná (IAPAR)

Localizado em Londrina, o IAPAR é um centro de pesquisa agropecuária que dá base para as políticas públicas de desenvolvimento rural do Estado do Paraná, por estar vinculado à Secretaria da Agricultura e do Abastecimento (SEAB).

O Brasil conta com diversos serviços técnicos, escolas de agronomia, institutos e centros de pesquisa que, conforme salientam Santos e Silveira (2005) contribuem ativamente na construção de especializações territoriais em se tratando de produção agropecuária.

De acordo com Chagas e Ichikawa (2009) o Brasil teve um início tardio nas pesquisas agropecuárias se comparado a outros países (como a Inglaterra e Alemanha). No século XIX começam a surgir os primeiros institutos de ensino e pesquisa agrícola, como “[...] o Imperial Instituto Bahiano de Agricultura (1859), seguidos dos imperiais institutos das províncias do Rio de Janeiro, Pernambuco, Sergipe e Rio Grande do Sul, todos criados no ano de 1860” (CHAGAS, ICHIKAWA, 2009, p. 97). Em 1887, cria-se a Imperial Estação Agrônômica de Campinas, cujo principal ramo de pesquisa era o café. Outros institutos de pesquisa, a partir disso, foram sendo criados pelo país.

A institucionalização da pesquisa agropecuária no Brasil por meio de recursos públicos seguiu o modelo empregado na Alemanha. Porém, como salienta Chagas e Ichikawa (2009, p. 97 e 98), no início o atendimento às demandas de pesquisa “[...] voltou-se mais ao atendimento das demandas dos grandes produtores de culturas de exportação do que às necessidades dos pequenos e médios produtores de culturas alimentares e de seus consumidores”. Apenas a partir da década de 1930, com a crescente ênfase na industrialização interna e o aumento pela demanda de produção de alimentos, é que o governo “[...] fez com que a pesquisa agrícola fosse se adaptando às novas políticas governamentais, tratando de obter novas cultivares a partir do tipo de solo existente”.

Na década de 1970, a pesquisa agropecuária teve um salto qualitativo, quando “[...] foram criadas instituições com o objetivo de proporcionar um maior aprofundamento nos estudos técnicos agrônômicos e por consequência aumentar a

produtividade das terras e do trabalho no campo” (CHAGAS; ICHIKAWA, 2009, p. 99). A criação da Embrapa, em 1973, e do Iapar, em 1972, remetem a esta época.

[...] uma verdadeira rede de centros de investigação em território brasileiro, sobretudo com a criação da Embrapa, em 1972 [...]. O trabalho da Embrapa é relativamente descentralizado. O perfil da pesquisa apresenta frequentemente uma relação direta com as demandas produtivas locais. (SANTOS; SILVEIRA, 2005, p. 90-91)

No estado do Paraná, além do Iapar, locais como a Embrapa, a Emater e os centros de pesquisa das universidades estaduais e federais desenvolvem pesquisas voltadas ao melhoramento dos produtos e dos métodos de produção, incluindo o café.

Dentre os vários programas de pesquisa, no Iapar existe o Programa Café (figura 73), que foca o desenvolvimento de modelos de produção adequados às regiões cafeeiras do Estado do Paraná, buscando o aumento da produtividade da cafeicultura, melhoria da qualidade do produto e da bebida, redução de custos de produção, insumos e energia, entre outros (INSTITUTO, 2016).

Figura 73 - Mudanças do Programa Café no Iapar.



Fonte: Rota, 2016.

Por meio de dias de campo, treinamentos, publicações, palestras, assistência técnica e extensão rural, o lapaar tem como uma de suas premissas a difusão de tecnologia no meio rural (ROTA, 2016). Possui um programa de visitas, com objetivo de atender grupos nacionais e internacionais de produtores e estudantes (nível fundamental, médio, técnico e universitário), no qual uma equipe especializada recebe visitantes com o objetivo de mostrar as pesquisas e atividades realizadas nas mais diversas áreas. Mesmo sendo um parceiro apoiador da Rota do Café, e apesar do seu potencial em relacionar-se aos roteiros programados da Rota (pelas pesquisas que desenvolvem), não há muitas atividades atrativas no momento, pois as visitas são mais técnicas e voltadas a grupos de estudantes ou de produtores que já possuem conhecimento prévio. No início do projeto foram criados roteiros com a inserção do lapaar como atrativo, mas não houve procura, pois os turistas em si têm preferência pelas fazendas e cafeterias. Um dos objetivos da ARC é retomar a aproximação com o lapaar para que sejam incluídos novamente em alguns roteiros e poder tornar a experiência do visitante ainda mais rica.

O que poderia tornar a visita ao lapaar mais atrativa seria realizar em suas instalações o que já é feito em outros empreendimentos da Rota do Café: organiza-se uma visita pelas instalações do lapaar, conhecendo as espécies de café (pois lá existe um pomar com as variedades) e as pesquisas que realiza, utilizando-se de um vocabulário menos técnico, mas com informações contando também da importância do café na história de Londrina e região e, ao final, um momento de degustação de cafés com baristas de cafeterias associadas à Rota. Com estas atividades, a visita às fazendas de café passa a ser mais significativa, pois já terão conhecido a história e a pesquisa, passando a “colocar a mão na massa” ao percorrer as trilhas dos cafezais e conhecendo os equipamentos e instalações.

5.6.5 Café Escola SENAC/ Sesc Cadeião

O Café Escola Senac está localizado em Londrina no Sesc Cadeião Cultural, antiga cadeia pública com edificação da década de 1930 e que funcionou por mais de 50 anos. O prédio passou por um processo longo de restauração, demolição e

construção de novo espaço e inaugurado em 2014, em comemoração aos 80 anos do município de Londrina (figura 74). Algumas celas, pisos e paredes foram conservados em seu estado original, para que os visitantes possam conhecer um pouco da história do lugar, por meio de visita guiada.

Figura 74 – Na primeira figura, antigo prédio onde funcionou a cadeia de Londrina na década de 1930. Na segunda figura, o prédio após a restauração e reformas, na inauguração do Sesc Cadeião em 2014.



Fonte: Sesc, 2014.

Segundo Pellegrini (2014), em 28 de março de 1994 houve um episódio que marcou a história da cidade de Londrina: o secretário estadual de Justiça e Cidadania da época, por solicitação do governo do estado, tomou a frente da tentativa de demolição do prédio do cadeião para que o terreno fosse utilizado para a construção de um *shopping center*. Nesta data, houve manifestações de pessoas a favor de sua destruição (familiares dos presos que tinham o cadeião como símbolo de tristeza, medo e descaso) e também um grupo de professores e alunos universitários que consideravam o cadeião como patrimônio da cidade e única edificação da década de

1930 “ainda em pé”. O prédio não foi demolido, mas se passaram anos de negociação sobre seu futuro, até que em 2010 foi assinado um protocolo de intenção para um convênio de parceria entre a prefeitura municipal e o Sistema Fecomércio (Sesc, Senac e Sebrae-PR) para a revitalização do prédio e instalação do Sesc Cadeião Cultural.

Além das exposições e atividades culturais do Sesc, na cafeteria o visitante pode apreciar o café do Norte Pioneiro do Paraná, na forma de expressos, *cappuccinos*, *macchiatos*, *frappuccinos*, *coffee shakes* e ainda doces e salgados.

No ano de 2016 a Associação Rota do Café e Rural Corretora de Café em parceria com o Café Escola Senac e o Sesc Cadeião Cultural iniciaram o evento Clube do Café (figura 75), que reúne, quinzenalmente, apreciadores de café para momentos de conversa sobre diversos temas relacionados ao grão. Os temas já tratados nestes encontros foram: café e música (durante o Festival Internacional de Música de Londrina), cafeicultura biodinâmica, artesanato, harmonização de cafés na gastronomia e outros.

A atuação do Sesc Cadeião Cultural e do Café Escola SENAC nas ações da Rota do Café permitem que sejam desenvolvidos atividades de Educação Patrimonial (por meio das visitas às instalações da antiga cadeia pública da cidade) e também por manter viva a história do café e da cidade de Londrina em sua programação cultural, criando possibilidades para a valorização dos bens patrimoniais locais. Conforme salienta Luchiari (2009, p. 5),

Aprofundar as reflexões acerca das diferentes estratégias de valorização, representação, apropriação e uso dos bens patrimoniais das áreas centrais urbanas, hoje em processo de refuncionalização, nos possibilita compreender de que modo o patrimônio histórico foi incorporado à esfera do consumo cultural, agregando valor econômico às paisagens urbanas e aos lugares-símbolo de pertencimento de identidades territoriais, e contribuindo na seleção de um conjunto de formas e expressões culturais que passaram a ser atrativas para o olhar turístico.

Figura 75 – Encontro do Clube do Café.



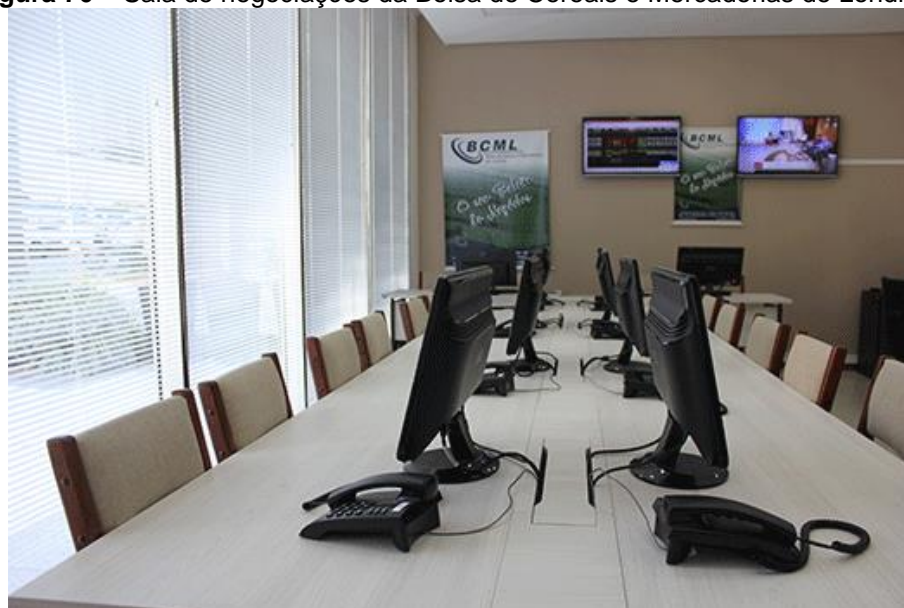
Fonte: Rota, 2016.

Após o processo de revitalização do prédio histórico do cadeião, é atribuída outra função, ou seja, a materialidade pretérita passa por um processo de refuncionalização para se adaptar aos usos e consumos do momento atual, sem desconsiderar suas raízes, como outros locais pelo mundo, que foram transformados em centros culturais, teatros, ou mesmo pontos turísticos, como o Presídio de Alcatraz, em San Francisco, nos Estados Unidos.

5.6.6 Rural Corretora de Café e Cereais e Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina

Criada em 1988, a Rural Corretora de Café e Cereais é uma empresa especializada em corretagem e comercialização de café. Já a Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina (figura 76) foi fundada em 1994 e presta serviços na intermediação de negócios, gerenciando as ofertas comandadas por corretoras credenciadas. A entidade realiza operações junto ao governo federal e ao setor privado, intermediando negócios nas áreas do comércio, do agronegócio e industrial.

Figura 76 – Sala de negociações da Bolsa de Cereais e Mercadorias de Londrina.



Fonte: Bolsa, 2016.

As duas empresas ainda estão localizadas no que já foi um dos maiores ícones de comercialização do café no Paraná, o Edifício América (figura 77) (POZZOBON, 2006), no calçadão de Londrina, inaugurado em 1960 para concentrar a comercialização do café.

Até hoje os andares do edifício são ocupados por corretoras, exportadoras e bolsa de mercadorias e é possível sentir o aroma do café por onde se passa, pois para a comercialização é necessário que se faça o procedimento de degustação (primeiro o café é torrado, depois decantado em água fervente e depositada em pequenas travessas localizadas sobre uma mesa circular giratória, para que em seguida seja degustado pelo provador) (figura 78).

Figura 77– Vista do Edifício América.



Fonte: Pedriali, 2011.

A relação da Rural com a Rota do Café, mais atuante que a Bolsa, se dá por meio de visitas técnicas ao local, quando é possível conhecer as principais informações, características e particularidades da análise e comercialização do café. A Rural também tem participado de alguns encontros do Clube do Café (realizados no Café Escola Senac), por meio de palestras, oficinas sobre degustação de cafés e outros assuntos técnicos.

Tanto a Rural quanto a Bolsa são parceiros da Associação Rota do Café, mas que atuam de forma indireta nas ações. Segundo entrevista com os envolvidos na gestão da Rota do Café no Sebrae, estas instituições foram inseridas na Rota pois compõem o segmento de agronegócio do café em Londrina e também por estarem localizadas no edifício América. A atividade comercial das duas corretoras parece estar envolvida muito mais com o agronegócio do que propriamente com a história e cultura do café. O que contribui para uma potencial atratividade é sua localização: o edifício América, inaugurado em 1960 e que em seus 17 andares ainda mantêm salas comerciais voltadas ao café (DENARDIN, 2006). Poderiam ser organizados roteiros que englobem uma visita ao edifício e a alguma das corretoras, acompanhado de um guia que possa interpretar o patrimônio, ou seja,

[...] acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história e as características culturais [...] de um lugar. A interpretação de lugares, de acervos e coleções, de saberes e fazeres culturais é, antes de tudo, um instrumento de comunicação com o morador, o visitante e o turista. (MURTA; GOODEY, 2005, p. 13 e 17)

Figura 78 – Mesa de prova de cafés localizada na Rural.



Fonte: Rota, 2016.

Novamente reforçamos a importância da Educação Patrimonial, não apenas com os turistas, mas também com os moradores, pois é uma forma de se conhecer um pouco mais do patrimônio do lugar e reforçar os vínculos com o que já fez parte de sua história.

A participação destas instituições e empresas como parceiras da Rota do Café é importante, pois são elas que detêm conhecimentos técnicos especializados na produção e comercialização do café. Estes conhecimentos, ao serem transmitidos aos visitantes, complementam a experiência que estes podem ter ao realizar os roteiros da Rota do Café, pois durante as visitas às fazendas e às cafeterias, por exemplo, além de conhecer a história do café e o patrimônio, também aprendem sobre as fases da produção, do plantio à colheita e o beneficiamento, assim como o resultado final por meio de produtos alimentícios (com degustação e oficinas de preparação de biscoitos, bolos etc).

Todas as instituições e empresas mencionadas neste tópico têm potencial para se envolver ainda mais com as atividades da Rota do Café, mas é necessário que sejam atrativas para os visitantes a ponto de fazer sentido, por exemplo, uma visita a uma empresa de corretagem ou mesmo à um centro de pesquisa. Em entrevista com as consultoras em turismo do Sebrae, há pouca procura por estes locais, pois caracterizarem visitas mais técnicas (voltadas ao agronegócio) e o público-alvo da Rota são turistas em busca de lazer e envolvimento com a cultura local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo, apesar de sua importância econômica, é uma atividade eminentemente social e é imprescindível que se discuta de que forma a atividade turística se desenvolve no espaço e como afeta as paisagens. Esta é uma das principais contribuições da ciência geográfica em sua compreensão, tendo em vista que este possui nas paisagens sua principal matéria-prima. A paisagem pode ser entendida como resultado da interação entre homem-meio, considerando-se o homem como construtor e transformador das paisagens, buscando minimizar os aspectos negativos e potencializar os aspectos do turismo que contribuem positivamente com o local.

O turismo que se buscou discutir nesta pesquisa é o turismo de base local, em contraponto ao turismo de massa, já que esta atividade possui efeitos sociais, culturais e ambientais muito fortes nas localidades, variando de um local para outro devido à sua singularidade. Por meio do desenvolvimento da atividade turística é possível que o patrimônio da localidade seja valorizado e conservado. Além disso, o turismo pode propiciar a recuperação de áreas degradadas e incentivar a conservação dos recursos naturais. Por outro lado, se mal planejado, o desenvolvimento da atividade pode acarretar na perda da identidade cultural da população local e depredação de bens patrimoniais naturais e culturais por meio da visitação sem controle, dentre outros aspectos.

Para o estudo da paisagem é necessária a compreensão de seus significados, pois são estes que dão sentido a elas. Toda ação humana está repleta de significados, refletindo assim nas paisagens. As paisagens são compostas por elementos novos e antigos, naturais e culturais, ou seja, ela é híbrida, de caráter transtemporal (LUCHIARI, 2001; SANTOS, 1996).

A paisagem como recurso turístico pode ser tomada também pelo seu valor patrimonial, ou seja, o seu conteúdo simbólico para determinado grupo ligado à certa identidade cultural, que possua memória afetiva, ou para o qual a paisagem seja referência de sua história.

Como discutido anteriormente, há na sociedade contemporânea uma “necessidade” de conservação da memória, por materializar de alguma forma seu passado, pois no momento em que a globalização tende a tornam o tempo e as relações efêmeras, o registro das memórias é importante. No diagnóstico realizado pelo Sebrae para a criação da Rota do Café, observou-se esta necessidade, ou seja, a memória do café latente em muitos locais e grupos, porém, com poucos registros ou mesmo locais e momentos de revalorização destas memórias.

Na Geografia, encontramos análises paradoxais quanto ao turismo e à conservação do patrimônio. Não podemos negar que existem casos em que a forma como a atividade turística é conduzida causa a descaracterização de hábitos e costumes de dadas populações. Porém, enfatizamos que, se corretamente planejado visando o mínimo impacto e o desenvolvimento local, o turismo pode ser um estimulador da existência e reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, revitalizando também atividades tradicionais, utilizando-se de antigas instalações para novas funções, buscando manter a estrutura e as características tradicionais, como pudemos observar na Rota do Café.

O Brasil teve grande destaque no volume de produção cafeeira até a década de 1970. Um dos estados que mais teve representatividade na produção foi o Paraná, principalmente a partir da década de 1930. Mesmo hoje, com a diminuição do volume de produção, o estado se destaca pela produção de cafés especiais. As marcas da cafeicultura deixadas nas paisagens de algumas cidades do norte do Paraná confirmam a diferença na dinâmica da cafeicultura no Norte Velho (ou Pioneiro), por exemplo, com propriedades maiores com completo equipamento para beneficiamento do café, e das propriedades do Norte Novo, em que as propriedades, via de regra, eram menores e os cafeicultores não possuíam todos os equipamentos próprios, comercializando as sacas de grãos.

O norte do Paraná apresenta muitos elementos em que o café remete à sua história pela importância socioeconômica que exerceu. A Rota do Café tem como um dos seus objetivos permitir que estes elementos da cultura local sejam ressignificados e valorizados pela população e também pelos visitantes, para que, no caso de Londrina, além de conhecer a cidade moderna que se tornou, também possa ser evidenciado seu patrimônio, com intuito de que não seja esquecido por conta do

tempo. Observou-se que o desenvolvimento da atividade turística que vem ocorrendo na Rota do Café - norte do Paraná tem proporcionado aos visitantes uma oportunidade de envolvimento com as paisagens locais e conhecimento da história e dos atrativos naturais e culturais do norte do Paraná, ligados direta e indiretamente à cultura cafeeira.

Outro motivo pelo qual a Rota do Café é importante na região norte do Paraná é dar espaço para uma “nova” atividade agrícola que vem despontando, que é a produção de cafés especiais, cuja qualidade dos grãos e conseqüentemente da bebida complementa a atratividade da região, já que parte do público que visita a região busca conhecer os métodos diferenciados de cultivo do café, como o café biodinâmico da Fazenda Terra Nova ou a sistemática produção em escala, na Fazenda Palmeira.

Ao passo que o café volta a ser valorizado (tanto a comercialização do grão para mercado interno e externo quanto a bebida e derivados) afloram os elementos que fizeram parte do cotidiano de muitas famílias que por aqui residem ou residiram. Além disso, a região norte do Paraná apresenta paisagens com elementos naturais de beleza cênica que atraem visitantes, motivados pelo contato com elementos do mundo natural e também com as atividades do campo. Parte dos empreendimentos associados à Rota do Café conta com estas paisagens, como vimos anteriormente. Por este motivo surgiu o interesse em estudar a Rota do Café: verificar de que forma há a valorização dos elementos da história regional que realmente possuam raízes na cultura e representem um período importante para o desenvolvimento da região, para que isto se fortaleça, principalmente no caso de Londrina, pois as iniciativas de se “criar” uma identidade para a cidade vinculada à cultura inglesa não apresentam fundamentos consistentes para tal, como apresentado nesta pesquisa também.

A valorização das potencialidades regionais (sejam elas culturais ou naturais) para o turismo pode contribuir para o desenvolvimento local de municípios e empreendedores da região, seja na oferta de empregos, complemento de renda, melhoria da qualidade de vida etc. A atividade turística desenvolvida deve levar em consideração a identidade e autonomia da população local, tendo como centro do mundo o homem, em contraponto ao turismo de massa (SANTOS, 1997d). Além da ação dos agentes ligados às instituições envolvidas com o turismo, turistas e

comunidade em geral devem ter participação efetiva nesse processo. A forma de gestão do turismo está diretamente ligada ao uso dos recursos turísticos sejam eles naturais ou culturais contidos na paisagem.

Na presente pesquisa as paisagens não são apenas a materialidade resultante da ação humana transformando a natureza. São também os simbolismos impregnados de valores. Além da gênese, estrutura e organização, é necessária a compreensão dos significados da paisagem, pois são estes que lhes dão sentido. Como ressalta Cosgrove (2002) e Berque (1998) além da visão, os outros sentidos humanos são importantes para a percepção e valorização da paisagem. Nas paisagens naturais e culturais da Rota do Café, muito além dos atrativos visuais, encontram-se também atrativos que despertam outros sentidos humanos, como apresentados no decorrer do trabalho. Em alguns empreendimentos, como a Fazenda Palmeira, a Pousada Rural Marabu e no Armazém Café, as atividades desenvolvidas já se relacionam com a experiência do visitante não apenas atingindo o visual, mas sim o olfato, o tato e a audição. Já em outros empreendimentos há potencialidade para tal, mas ainda poucos se utilizam dos demais sentidos.

Quando se analisa algumas paisagens da Rota do Café, como nas fazendas Monte Bello e Palmeira, podemos observar marcas da história vinculadas às práticas agrícolas do café e também às manifestações culturais das famílias envolvidas direta ou indiretamente com a produção. Podemos fazer uma análise utilizando Santos (1997a) que salienta que a paisagem compõe-se de adições e subtrações sucessivas dos elementos que são como marca da história do trabalho e das técnicas.

Encontramos, nas paisagens estudadas, um conjunto de formas heterogêneas, pedaços de tempos históricos representativos diferentes que retratam as diversas maneiras de produzir as coisas e que deixaram marcas na paisagem. Como exemplifica Calvente (2004), a produção cafeeira deixou marcas na configuração territorial do Norte do Paraná. Os elementos remanescentes, muitas vezes, adquirem nova função e objetos do passado e do presente convivem no mesmo lugar: ao mesmo tempo em que é possível encontrar um moderno maquinário de beneficiamento de café, como na Fazenda Palmeira, encontra-se também a colheita do café de forma manual, como feita há várias décadas; também vimos construções históricas (que serviram de moradia para as famílias da época e que hoje possuem a

função de hospedar os visitantes), como na Fazenda Monte Bello, conservadas para a memória de uma época em que a região do Norte do Paraná era conhecida como capital mundial do café ou outras denominações similares. Além disso, a análise das paisagens da Rota do Café feita permite verificar que estas são híbridas, ou seja, carregadas de natureza e sociedade, composta por processos naturais e culturais (LUCIARI, 2001).

A paisagem, muitas vezes, é a principal motivação das viagens e matéria-prima do turismo. A valorização das paisagens pelos turistas está atrelada diretamente às necessidades psicossociais de mudança do cotidiano e o que estas paisagens representam a cada turista é diferente, pois está ligada à percepção que tem do local visitado, ou seja, ligada ao simbólico. Mas para que o momento da viagem e conhecimento das paisagens faça sentido, é necessário que o turista se aproxime da realidade, interagindo com o local. Na Rota do Café pôde-se perceber que, de maneira geral, os envolvidos no “fazer acontecer” (sejam eles proprietários ou gestores das instituições) participam ativamente das atividades realizadas e na gestão dos empreendimentos e dos roteiros, alguns mais e outros menos.

Pode-se compreender a organização espacial da Rota do Café, desta forma, também por meio das quatro categorias de Milton Santos (1997c): forma, função, estrutura e processo. O estudo das formas expressa-se pela paisagem, foco principal deste trabalho. Já a categoria função, ou seja, o papel de cada elemento em determinado momento, pode mudar ao passo em que o contexto socioeconômico também se altera. Temos casos em que as formas permaneceram, mas as funções se transformaram como o caso da mudança do Armazém Café, que buscou a casa de um pioneiro da cidade de Londrina para sua instalação, mantendo, em grande parte, suas formas, mudando suas funções (de residencial para comercial). A estrutura é que dá dinamismo por meio das relações entre estes elementos e por último, a categoria processo, que observamos ao inserir a ideia de tempo social e não cronológico, que nos indica o movimento do passado e do presente em que formas antigas – rugosidades – convivem com novas formas, mesmo expressando tempos distintos.

Importante também observar os dois momentos da gestão da Rota do Café, que passa de uma gestão institucionalizada centralizada no Sebrae, para depois ser

realizada por meio da associação dos empreendedores. O Sebrae foi fundamental para que estes passassem por um período de aprendizagem, principalmente em áreas importantes para o desenvolvimento da atividade turística como gestão, liderança, finanças e marketing. Além disso, a oportunidade de troca de experiências entre os empreendedores e as visitas técnicas também permitiram ampliar o conhecimento e observar possibilidades de investimento em seus empreendimentos. A partir do momento que a gestão da Rota passa a ser pelo associativismo (o que completa dois anos desde sua constituição como ARC), parte-se do princípio de que todos (na medida do possível) devem se envolver no planejamento, organização de novos projetos, discussões e divisão de tarefas para o bem comum que é a valorização do roteiro turístico Rota do Café, por meio dos empreendimentos associados.

Sabe-se que a Rota do Café possui atrativos naturais e culturais e que parte dos empreendedores se envolve em “pensar e fazer crescer” a Rota do Café. Mas, pelas entrevistas realizadas, o objetivo agora é fazer com que aumente o número de visitantes, para que os empreendedores passem a ter retorno financeiro também destas suas atividades ligadas ao turismo, já que hoje, como detectamos, muitos deles possuem outra fonte de renda principal (comércio, produção agrícola, por exemplo) e o turismo ainda é realizado como forma de valorizar e incrementar a atividade que já desenvolvem.

Mesmo já com um roteiro atrativo, há muito ainda a desenvolver: parcerias com estabelecimentos comerciais para divulgação e informações sobre a Rota do Café, atualização do site, melhorar a comunicação com a população regional (que não a conhece) e também em outras regiões e, além disso, aproveitar o potencial paisagístico destes locais para “encantar” os visitantes durante os passeios. Os empreendedores são fundamentais pelo bom acolhimento, mas o guia de turismo envolvido deve ter, além da competência técnica, também competência socioemocional para trabalhar com grupos, buscando envolver o visitante nas características locais, proporcionando a eles experiências que raramente teriam em outros locais. Eis, então, na nossa opinião, a essência da Rota do Café: paisagens, patrimônio e experiências que marquem realmente os que a vivenciam.

BIBLIOGRAFIA

A. Rural. Disponível em: <www.arural.com.br>. Acesso em: 25 jul. 2016.

ACENPP. Disponível em: <<http://acenpp.blogspot.com.br>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

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

AGUIAR, Leila Bianchi; CHUVA, Márcia Regina Romeiro. Institucionalização das práticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil e na Argentina e suas relações com as atividades turísticas. *Antíteses*, v. 7, n. 14, p. 68-94, jul. - dez. 2014.

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.

ALMEIDA JUNIOR, Francisco Pereira. *História do café*. Londrina: Rotary Club de Londrina, 1982.

ALVES, Teresa. Paisagem – em busca do lugar perdido. *Finisterra*, Lisboa, n. 26, p. 67-74, 2001.

ANDRADE, Helga Cristina Carvalho. Agregação de valor pelo agroturismo: um estudo na cadeia produtiva do café em Araponga – MG. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2015.

ANDRADE, Helga Cristina Carvalho et al. Atribuição de sentidos e agregação de valor ao café: insumos para o turismo rural em regiões cafeicultoras. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 9., 2014, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2014. p. 1-17.

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2000.

ANDRADE, Philipp Lessa. Do café ao turismo: a refuncionalização espacial e a urbanização turística em Conservatória – Valença/RJ. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 13., 2013, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: UERJ, 2013. p. 1-16.

ANICO, Marta. A pós-modernização da cultura: patrimônio e museus na contemporaneidade. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 11, n. 23, p. 71-86, jan/jun 2005.

ARANTES, Antônio Augusto. A salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. In: BARRIO, Ángel Espina; MOTTA, Antônio; GOMES, Mário Hélio (Orgs.). *Inovação cultural, patrimônio e educação*. Recife: Massangana, 2010. p.52-63.

_____. O patrimônio cultural e seus usos: a dimensão urbana. *Habitus*, Goiânia, v. 4, n.1, p. 425-435, jan./jun. 2006.

ARTESANATO movimenta R\$ 50 bi por ano no Brasil. *O Estadão*, Economia, 10 dez. 2012. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/artesanato-movimenta-r-50-bi-por-ano-no-brasil/>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

ARTESANU Produtos Orgânicos. Disponível em: <www.artesanu.eco.br/index/quemsomos.html>. Acesso em: 19 jul. 2016.

ASSOCIAÇÃO Rota do Café. *Estatuto Social*. Londrina, 2015a.

_____. *Guia de Normas e Procedimentos*. Londrina, 2015b.

BACCHETTI, Bruno. Estações de trem viram espaços culturais na RMC. *Correio Popular*, Campinas, 14 abr. 2014. Disponível em: <http://correio.rac.com.br/_conteudo/2014/04/especial/regiao_metropolitana/168127-estacoes-de-trem-viram-espacos-culturais-na-rmc.html>. Acesso em: 21 nov. 2016.

BARBOSA, Liriane Gonçalves; GONÇALVES, Diogo Laercio. A paisagem em Geografia: diferentes escolas e abordagens. *Élisée*, Anápolis, v.3, n.2, p.92-110, jul./dez. 2014.

BARRETO, Juliana Cunha et al. Paisagem mercadoria: uma discussão sobre o consumo das paisagens urbanas. *Paisagem Ambiente: ensaios*, São Paulo, n. 22, p. 144-152, 2006.

BARRETTO, Margarita. Os museus e a autenticidade no turismo. *Revista Itinerarium*, Rio de Janeiro, v.1, p.1-24, 2008.

_____. *Turismo e legado cultural*. 2ª ed. São Paulo: Papyrus, 2000.

BATISTA, C. M. Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 5, nº 3, p. 27-33, 2005.

BENINCASA, Vladimir. Fazendas de café: o patrimônio arquitetônico rural em São Paulo, Brasil, 1800-1940. In: SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DO CAFÉ: HISTÓRIA E CULTURA MATERIAL, 1., 2007. *Anais...* Museu Paulista USP, São Paulo, 2006.

BERGER, John. *Modos de ver*. Londres, 1972. Disponível em: <<https://paralelotrac.files.wordpress.com/2011/05/modos-de-ver-john-berger.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2016.

BERNARDES, Adriana. A nova divisão territorial do trabalho brasileira e a produção de informações na cidade de São Paulo (as empresas de consultoria). In: SANTOS,

Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 413-432.

BERQUE, Augustin. Paisagem-marca, paisagem-matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In: CORRÊA, Lobato Roberto; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. p. 84-91.

_____. Introduccion. In: BERQUE, Augustin. *Cinq propositions pour une théorie du paysage*. Seysell: Champ Vallon, 1994a. p. 5-10.

_____. Paysage, Milieu, Histoire. In: BERQUE, Augustin. *Cinq propositions pour une théorie du paysage*. Seysell: Champ Vallon, 1994b. p. 13-30.

_____. Milieu et motivation paysagère. *Espace géographique*, tomo 16, n. 4, p. 241-250, 1987.

_____. Milieu, trajet de paysage et déterminisme géographique. *Espace géographique*, tome 14, n. 2, p. 99-104, 1985.

BERTOLACCINI, Egon. Disponível em:
<www.facebook.com/fazendaterranova?fref=ts>. Acesso em: 14 nov. 2016.

BERTRAND, Claude; BERTRAND, Georges. *Uma Geografia transversal e de travessias: o meio ambiente através dos territórios e das temporalidades*. Maringá, PR: Massoni, 2009.

BESSE, Jean-Marc. *Ver a terra: seis ensaios sobre a paisagem e a geografia*. Tradução Vladimir Bartalini. São Paulo: Perspectiva, 2006.

BICCAS, Letícia. Rota do Café: um passeio gastronômico, cultural e histórico no Paraná. *Giros por aí*, 05 nov. 2014. Disponível em:
<<https://girosporai.com.br/2014/11/05/rota-do-cafe-um-passeio-gastronomico-cultural-e-historico-no-parana>>. Acesso em: 02 set. 2016.

BLOG da Rota do Café. Disponível em: <<http://rotadocafeparana.blogspot.com.br>>. Acesso em: 24 jul. 2016.

BOECHAT, Carla. Rota do Café: cultura com aprendizado, lazer e encanto no Norte do Paraná. *Fui, gostei, contei*, 29 dez. 2014. Disponível em:
<<http://fui gostei contei.com.br/rota-do-cafe-cultura-com-aprendizado-lazer-e-encanto-no-norte-do-parana>>. Acesso em: 01 jul. 2016.

BOLERIA Dom Leonardi. Disponível em:
<www.facebook.com/domleonardi/?fref=ts>. Acesso em: 28 nov. 2016.

BOLSA de mercadorias de Londrina. Disponível em: <www.bcml.com.br>. Acesso em: 26 jul. 2016.

BRAGA, Marcus Vinicius Fernandes; KIYOTANI, Ilana Barreto. A cachaça como patrimônio: turismo cultura e sabor. *Revista de Turismo Contemporâneo – RTC*, Natal, v. 3, n. 2, p. 254-275, jul./dez. 2015.

BRANCUCCI, Gerardo. Alguns conceitos/noções sobre paisagem. Tradução de Eloiza Cristiane Torres. In: PASSOS, Messias Modesto dos. *Paisagem e meio ambiente* (Noroeste do Paraná). Maringá: Eduem, 2013. p. 45-64.

BRASIL. Ministério do Turismo. *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.

BRASIL. *Código Civil* - Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 16 set. 2016.

_____. Instituto Brasileiro de Turismo. *Turismo contribui com 9% do PIB mundial*, Ministério do Turismo, 14 abr. 2015. Disponível em: <www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html>. Acesso em: 30 mar. 2016.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Guia básico de indicação geográfica*. Disponível em: <www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 27 fev. 2016a.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Café*. Disponível em: <www.agricultura.gov.br/vegetal/culturas/cafe/saiba-mais>. Acesso em: 27 fev. 2016b.

_____. Ministério do Turismo. *Turismo Cultural: orientações básicas*. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2016.

_____. Ministério do Turismo. *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.

_____. Ministério do Turismo. *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.

BRAZIL SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION. O que são cafés especiais. Disponível em: <<http://bsca.com.br/cafes-especiais.php>>. Acesso em: 5 abr. 2016.

BRITO, Danielle Santos de. A importância da leitura na formação social do indivíduo. *Revela - Periódico de Divulgação Científica da FALS*, ano 4, n. 8, p. 1-35, jun. 2010.

BRUHNS, Heloisa Turini. O corpo visitando a natureza: possibilidades de um diálogo crítico. In: SERRANO, Célia Maria de Toledo; BRUHNS, Heloisa Turini (Orgs.).

Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. Campinas: Papyrus, 1997. p. 125-140.

BSCA. Brazilian Specialty Coffee Association. *O que são cafés especiais*. Disponível em: <<http://bsca.com.br/cafes-especiais.php>>. Acesso em: 02 set. 2016.

CACHAÇA Bassi. Disponível em: <www.cachacabassi.com.br>. Acesso em: 27 nov. 2017.

CAFÉ do Jacu, caro e exótico. *Revista Cafeicultura*, 26 mar. 2009. Disponível em: <<http://revistacafeicultura.com.br/?mat=20245>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

CAFÉ Terrara. Disponível em: <www.cafeterrara.com.br>. Acesso em: 03 nov. 2016.

CAFETERIA Dual Café. Disponível em: <www.facebook.com/CafeteriaCafeDual/?ref=ts>. Acesso em: 05 ago. 2016.

CALVENTE, Maria del Carmen M. H. *Turismo e excursionismo rural: potencialidades, regulação e impactos*. Londrina: Humanidades, 2004.

_____. *Elementos da potencialidade*. Londrina: UEL, 2003. Apostila apresentada no minicurso “A paisagem como recurso turístico”. Trabalho não publicado.

_____. ; FUSCALDO, Wladimir Cesar. A relação entre o excursionismo rural e a educação formal e informal. *Geografia*, Londrina, v.11, n. 2, p. 195- 207, jul/dez, 2002.

CÂMARA, Marcelo. *Cachaça: prazer brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

CAMARGO, Haroldo Leitão. *Patrimônio histórico e cultural*. São Paulo: Aleph, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys, Siqueira (Orgs.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. p. 7-28.

CAMPOS, Marcos Pereira; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto; THOMAZ, Rosângela Custódio Cortez. Desenvolvimento local e turismo: uma utopia? *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.9, n.3, pp.497-516., ago/out 2016. Disponível em: <www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/985>. Acesso em: 15 nov. 2017.

CAMPOS, Sinara Rafaela. Os cinco sentidos da hospitalidade. *Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica*, v. 3, n.1, p. 1-17, mar. 2008.

CANCIAN, Nadir Aparecida. *Cafeicultura paranaense – 1900/1970*. Curitiba: Grafipar, 1981.

CANCLINI, Néstor García. Los usos sociales del patrimonio cultural. In: CRIADO, Encarnación. *Patrimonio Etnológico: nuevas perspectivas de estudio*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico/Comares, 1999. p. 16-33.

CARVALHO, Márcia Siqueira de. O uso do solo na década de 1960 no norte do Paraná e a política cafeeira. *Geografia*, Londrina, v. 8, n. 2, p. 135-141, jul./dez. 1999.

_____. *A pequena produção de café no Paraná*. 1991. Tese (Doutorado em Geografia Humana). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

CASADEI, Eliza Bachega. Maurice Halbwachs e Marc Bloch em torno do conceito de memória coletiva. *Revista Espaço Acadêmico*, n. 108, p. 153-161, maio 2010.

CASTRO, Demian Garcia. Patrimônio histórico-arquitetônico como marca de qualificação da paisagem: um olhar sobre as fazendas cafeeiras e açucareiras no interior fluminense. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 10., 2005, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2005. p. 3198-3215.

_____. *Significados do conceito de paisagem: um debate através da epistemologia da Geografia*. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

CASTRO, Iná Elias de. Paisagem e turismo: de estética, nostalgia e política: In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 121-140.

CAVALCANTI, Agostinho Paula Brito. Abordagens geográficas no estudo da paisagem. *Breves Contribuciones del I.E.G.*, n. 22, ano 2010/11. Disponível em: <dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4055890.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2014.

CECAFÉ. Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. *Consumo Interno de Café em Sacas e Per-Capita*. Disponível em: <www.cecafe.com.br/dados-estatisticos/consumo-interno/>. Acesso em: 13 jul. 2017.

CERNEV, Jorge (Org.). *Memória e cotidiano - Cenas do Norte do Paraná: escritos que se recompõem*. Londrina: IPAC/UUEL, 1995.

CESÁRIO, Ana Cleide Chiarotti; MAGALHÃES, Leandro Henrique (Orgs.). *Arquitetura e memória coletiva: os sentidos da modernidade em Londrina: Praça 1º de Maio e Jardim Shangri-lá*. Londrina: Unifil, 2015.

_____; ALMEIDA, Ana Maria Chiarotti. *Diálogos com o patrimônio cultural e a memória coletiva: ações extensionista*. Londrina: SETI, 2010.

_____; SANTOS, Patrícia de Castro; ALMEIDA, Ana Maria Chiarotti. *Ribeirão Claro 1908 - (...): patrimônio e memória coletiva*. Curitiba: Imp. Of. do Estado: Secretaria Estadual de Cultura, 1999.

_____; ALMEIDA, Ana Maria Chiarotti de; MAIA, Deise. Imagens da cidade: memória coletiva em Londrina. *Mediações*, Londrina, v.1, n.2, p. 57-64, jul./dez., 1996.

_____. Norte Novo – a expansão da fronteira e seu conteúdo simbólico. In: PAZ, Francisco Moraes (Org.). *Cenários de econômica e política: Paraná*. Curitiba: Prephacio, 1991. P. 41-63.

CHÁCARA Marabú. Disponível em: <www.chacaramarabu.com.br>. Acesso em: 03 nov. 2016.

CHAGAS, Priscilla Borgonhoni Chagas; ICHIKAWA, Elisa Yoshie. Redes de C&T em institutos públicos de pesquisa brasileiros: o caso do Instituto Agronômico do Paraná (Iapar). *RAP - Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 43, n.1, p. 93-121, jan./fev. 2009.

CHIES, Cláudia; YOKOO, Sandra Carbonera. Colonização do norte paranaense: avanço da cafeicultura e problemas decorrentes deste processo. *GEOMAE*, Campo Mourão, v.3, n.1, p. 27-44, 2012.

CHOAY, Françoise. *Alegoria do patrimônio*. Lisboa: Edições 70, 2010.

CHOMA, Daniel; VIEIRA, Edson; COSTA, Tati (Orgs.). *Ao sabor do café: fotografias de Armínio Kaiser*. Londrina: Câmara Clara, 2008.

COLASANTE, Tatiana; CALVENTE, Maria del Carmen M. H. *A construção das identidades territoriais no processo de desenvolvimento do turismo*. In: ENCUESTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 14., 2013, Lima. *Anais...* Lima: UGI, 2013. p. 1-20.

_____. Patrimônio, espaço e memória em cidades novas – o norte do estado do Paraná. *Georaguaia*, Barra do Garças-MT, v2, n.2, p 16 – 32, ago./dez., 2012.

_____; OLIVEIRA, Alini Nunes de. Turismo e cultura: um estudo sobre o patrimônio histórico-cultural de Londrina como atrativo. *Revista Geográfica de América Central*, Número Especial EGAL, p. 1-15, 2011.

COLOGNESE, Silvio Antonio; MELO, José Luiz Bica de. A técnica de entrevista na pesquisa social. *Cadernos de Sociologia*, Porto Alegre, v. 9, p. 143-159, 1998.

COMUNIDADE de Ribeirão Claro e região se beneficia com produção agroecológica. *Agência Sebrae de Notícias*, 30 abr. 2010. Disponível em: <www.pr.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PR/comunidade-de-ribeirao-claro-e-regiao-se-beneficia-com-producao-agroecologica,9fe6e3e93e626410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 31 jul. 2016.

CONAB. Companhia Nacional de Abastecimento. *Séries históricas: café*. Disponível em: <www.conab.gov.br/conteudos.php?a=1252&ordem=produto>. Acesso em: 13 jul. 2017.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; BARBOSA, Luciana Maciel. Rede de territórios solidários e turismo de base local no Ceará – Brasil. In: ENCUESTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 13., 2011, San José. *Anais...* San José: Universidad de Costa Rica, 2011. p. 1-26.

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 Patrimonio Cultural*, v. 1, n. 2, p. 161-171, 2003a.

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

CORRÊA, Roberto Lobato. Denis Cosgrove – A paisagem e as imagens. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 29, p. 7-21, jan./jun. 2011.

_____. Homenagem póstuma a Denis E. Cosgrove. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 25, p. 109-110, Jan./Jun. 2009.

CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). Apresentando leitura sobre paisagem, tempo e cultura. In: _____. *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998. p. 7-11.

COSGROVE, Denis. *Geography and Vision: Seeing, Imagining and Representing the World*. Londres: IB Tauris, 2008.

_____. Landscape and landschaft. *German Historical Institute Bulletin*, n. 35, p. 57-71, 2004.

_____. Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). *Introdução à geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 103-34.

_____. Observando la naturaleza: el paisaje y el sentido europeo de la vista. *Boletín de la Asociación de los Geógrafos Españoles*, n. 34, p. 63-89, 2002.

_____. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998. p. 92-122.

_____. *Social Formation and Symbolic Landscape*. Londres: Croom Helm, 1984.

COSGROVE, Denis; JACKSON, Peter. Novos rumos da geografia cultural. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). *Introdução à geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. P. 135-46.

COSGROVE, Denis; DANIELS, Stephen. *The Iconography of Landscape*. Cambridge: University of Cambridge Press, 1988.

COSTA, Evanise Pascoa. *Princípios básicos da museologia*. Curitiba: Coordenação do Sistema Estadual de Museus/ Secretaria de Estado da Cultura, 2006.

COSTA, Ewerton Rubens Coelho; PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Por uma dose de cachaça brasileira: indicações geográficas e o decreto da cachaça como mecanismos de preservação do patrimônio cultural brasileiro. *Revista Observatorio*

de la *Economía Latinoamericana*, mar. 2015. Disponível em: <www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/15/patrimonio-cultural%202.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2017.

COSTA, Natalia Alexandre. Cotidiano do imigrante e estruturação espacial das colônias nas fazendas de café de Ribeirão Preto – SP. In: SEMINÁRIO DE PATRIMÔNIO AGROINDUSTRIAL: LUGARES DE MEMÓRIA, 2., 2010, São Carlos. *Anais...* São Carlos: USP, 2010. Disponível em: <www.iau.usp.br/sspa/arquivos/pdfs/papers/01510.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2017.

COSTA, Otávio. Memória e paisagem: em busca do simbólico dos lugares. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 15, p. 33-40, jan./jun. 2003.

CRISTÓVÃO, Artur; TIBÉRIO, Luís; ABREU, Sonia. Restauração, turismo e valorização de produtos agro-alimentares locais: o caso do espaço transfronteiriço do Douro-Duero. *Pasos*, v. 6, n. 2, p. 281-290, 2008. Disponível em: <www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_10.pdf?q=produtos>. Acesso em: 04 nov. 2016.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 107-119.

_____. *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto, 2000.

DAROLT, Moacir Roberto. As principais correntes do movimento orgânico e suas particularidades. Disponível em: <www.viaorganica.com.br/correntes.htm>. Acesso em: 03 nov. 2016.

DELAMARO, Maurício César et al. Turismo nas fazendas históricas do Vale do Paraíba Fluminense: um estudo sobre sustentabilidade. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 2, n. 4, p. 11-17, 2002.

DENARDIN, Valmir. Prédio de Londrina ainda respira café. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 18 jun. 2006. Disponível em: <www.gazetadopovo.com.br/economia/predio-de-londrina-ainda-respira-cafe-a2mz520dsdzmkw4jowsibjbda>. Acesso em: 25 jul. 2016.

DIAS, Reginaldo Benedito; GONÇALVES, José Henrique Rollo (Orgs.). *Maringá e o norte do Paraná* (Estudos de história regional). Maringá: Eduem, 1999.

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

_____. Turismo, identidade e folclore. *Turismo & Desenvolvimento*, Campinas/SP, v. 1, n° 1, p. 11 – 20, 2001.

DIEGUES, Antonio Carlos. *O mito moderno da natureza intocada*. 4. ed. São Paulo: Annablume/Hucitec, 2002.

DOMINGUES, Álvaro. A paisagem revisitada. *Finisterra*, Lisboa, v. 36, n. 72, p. 55-66, 2001.

DUCATI, Ariane. Rota do Café resgata a história cultural do norte do PR em destinos variados. *G1*, 10 jan. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2012/01/rota-do-cafe-resgata-historia-cultural-do-norte-do-pr-em-destinos-variados.html>>. Acesso em: 30 out. 2016.

DUTRA, Júlio. Museu do café recebeu muitos visitantes no primeiro domingo aberto à comunidade. *Prefeitura Municipal de Ibiporã*, 21 maio 2012. Disponível em: <www.ibipora.pr.gov.br/noticia/mostrar/11797-Museu+do+Caf%C3%A9.html>. Acesso em: 02 ago. 2016.

ELLIS, Myriam. *O café – literatura e história*. São Paulo: Melhoramentos, 1977.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. *Embrapa Soja*. Disponível em: <www.embrapa.br/soja/apresentacao>. Acesso em: 02 ago. 2016.

_____. Café é a segunda bebida mais consumida no Brasil, 19 mar. 2015. Disponível em: <www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2574254/cafe-e-a-segunda-bebida-mais-consumida-no-brasil>. Acesso em: 02 set. 2016.

ESCOLA de Criatividade. *Café com Quê?*. Londrina, 2014. Trabalho não publicado.

EXPO Cachaça. *Números da Cachaça*. Disponível em: <www.expocachaca.com.br/numeros-da-cachaca.php>. Acesso em: 28 nov. 2017.

FAILLA, Zoara (Org.). *Retratos da leitura no Brasil 4*. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

FARIAS, Patrícia de Oliveira Leite et al. Café no Brasil: gastronomia e sociedade. *Contextos da Alimentação*, v. 2, n. 2, p. 18-37, 2013.

FAZENDA Monte Bello. Disponível em: <www.fazendamontebello.com.br>. Acesso em: 09 out. 2016.

FAZENDA Palmeira. Disponível em: <www.facebook.com/fazendapalmeira/?fref=ts>. Acesso em: 06 ago. 2016.

FERRARA, Lucrecia d'Alessio. Os lugares improváveis. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 65-82.

FERREIRA, Maria Letícia Mazzucchi. Entre memória e patrimônio: a difícil gestão do passado. *Historiæ*, Rio Grande, v. 3, n. 3, p. 9-26, 2012.

FICAFÉ. Disponível em: <www.ficafe.com.br>. Acesso em: 03 nov. 2016.

FIGUEIREDO, Antonio Marcus L. A função turística do patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 5, n° 4, p. 43-49, 2005.

FLICKR. *Núcleo de Aprendizagem de Práticas Sustentáveis Paulo Sogayar*. Disponível em: <www.flickr.com/photos/napsimages/with/5561589260>. Acesso em: 02 ago. 2016.

FLÓRA Borsi. *Coffee Universe*. Disponível em: <www.floraborsi.com/coffee-universe>. Acesso em: 24 jul. 2016.

FONSECA, Marcelo Traldi et al. Vamos Tomar um Café? Um estudo exploratório sobre as motivações do consumo em cafés. *Impulso*, Piracicaba, v. 39, n.16, p. 23-35, 2005.

FONSECA, Maria Cecília Londres. Para além da pedra e cal: por uma concepção ampla de patrimônio cultural. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (Orgs.). *Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p. 59-79.

FONSECA, Maria Lucinda. Patrimônio, turismo e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (org). *Turismo rural: práticas e perspectivas*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2003. p. 47 – 68.

FONT, Joan Nogué. Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, Madrid, n. 115, p. 45-54, 1992.

_____. Paisaje y turismo. *Estudios Turísticos*, Madrid, v. 1, n. 103, p. 35-45, 1989.

FRANÇA, Ary. *A marcha do café e as frentes pioneiras*. Rio de Janeiro: Conselho Nacional de Geografia, 1960.

FREDERICO, Samuel. Território e cafeicultura no Brasil: uma proposta de periodização. *GEOUSP – Espaço e Tempo (Online)*, v. 21, n. 1, p. 73-101, abr. 2017. Disponível em: <www.revistas.usp.br/geousp/article/view/98588>. Acesso em: 31 ago. 2017.

_____. Globalização, competitividade e regionalização: a cafeicultura científica globalizada no território brasileiro. *GEOUSP – Espaço e Tempo (Online)*, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 55-70, 2014. Disponível em: <www.revistas.usp.br/geousp/article/view/81077>. Acesso em: 04 set. 2016.

FREIRE, Doia; PEREIRA, Ligia Leite. História oral, memória e turismo cultural. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Orgs.). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2005. p. 121-130.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREITAS, Maria Teresa de Assunção. A abordagem sócio-histórica como orientadora da pesquisa qualitativa. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, n.116, jul. 2002. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742002000200002&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 28 ago. 2016.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra Cassia Araújo. *Patrimônio histórico e cultural*. 2. ed. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2009.

GAIOTTO, Alexandre. Depois daquele boom. Disponível em: <www.candido.bpp.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=480>. Acesso em: 04 dez. 2016.

GIANELLA, Letícia. A historicidade de um conceito: os diversos usos da paisagem ao longo do tempo na ciência geográfica. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, n.18, v. 2, ano 10, p. 62-86, 2008.

GIARETTA, Liz Andréia; ANTONELLO, Ideni Terezinha. A categoria paisagem na construção histórica do pensamento geográfico. In: ASSARI, Alice Yatiyo; ANTONELLO, Ideni Terezinha; TSUKAMOTO, Ruth Youko (Orgs.). *Múltiplas geografias: ensino – pesquisa – reflexão*. Londrina: AGB / Londrina, 2004. p. 121-138.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.

GOHN, Maria da Glória. Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. *Ensaio: avaliação e políticas públicas em educação*, Rio de Janeiro, v.14, n.50, p. 27-38, jan./mar. 2006.

GOMES, Denise Maria Cavalcante. Turismo e museus: um potencial a explorar. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). *Turismo e patrimônio cultural*. São Paulo: Contexto, 2001. p. 27-34.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônio. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 11, n. 23, pp. 15-36, jan./jun. 2005.

GONÇALVES, Juliana. Passarela com réplicas do Big Ben causa polêmica em Londrina. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 9 set. 2013. Disponível em: <www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/passarela-com-replicas-do-big-ben-causa-polemica-em-londrina-bn1zdat1kxuc2juwvfalrr66>. Acesso em: 8 dez. 2016.

GRAZIANO DA SILVA, José. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. *Estudos Avançados*, São Paulo, v.15, n. 43, p. 37-50, set./dez. 2001. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142001000300005>. Acesso em: 31 out. 2016.

GRUPO Thá. *Greenwich Park*. Disponível em: <www.tha.com.br/empreendimento/greenwich-park/>. Acesso em: 08 dez. 2016.

GUIA de normas e procedimentos da Associação Rota do Café, 2015.

GUIMARÃES, Manoel Luiz Salgado. História, memória e patrimônio. In: OLIVEIRA, Antonio José Barbosa de. *Universidade e lugares de memória*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008. p. 17-40.

GUTBERLET, Jutta; PONTUSCHKA, Nídia Nacib. Pesquisa qualitativa sobre consumo: experiências interdisciplinares. In: *Olhar de professor*, Ponta Grossa, v. 13, n. 2, p. 217-224, 2010. Disponível em: <www.uepg.br/olhardeprofessor>. Acesso em: 20 dez. 2017.

GUZELA, Guilherme. *Gestão de meios de hospedagem*. Curitiba: InterSaberes, 2014.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HERBERT, David. Literary places, tourism and th heritage experience. In: *Annual of Tourism Research*, v. 28, n. 2, p. 312-333, 2001.

HOFF, Santino. A ocupação do Norte. In: PAZ, Francisco Moraes (Org.). *Cenários de econômica e política*: Paraná. Curitiba: Prephacio, 1991. P. 25-39.

HOLLOWAY, Thomas H. *Imigrantes para o café*. Tradução de Eglê Malheiros. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOLZER, Werther. Augustin Berque: um trajeto pela paisagem. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 17-18, p. 55-63, jan./dez. 2004.

IBD Certificações. Disponível em: <www.ibd.com.br>. Acesso em: 04 nov. 2016.

IBGE. *Cidades*. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

IBGE. *A Geografia do café: dinâmica territorial da produção agropecuária*. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.

IBIPORÃ. Prefeitura Municipal. *Centro de Artesanato de Ibiporã*. Disponível em: <www.fcibipora.com.br/loja/produto>. Acesso em: 10 ago. 2016.

ICOM. *Código de ética do ICOM para museus*. Disponível em: <http://icom.org.br/wp-content/themes/colorwaytheme/pdfs/codigo%20de%20etica/codigo_de_etica_lusofo no_iii_2009.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2016.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

INSTITUTO Agrônomo do Paraná. *Programa Café*. Disponível em: <www.iapar.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=308>. Acesso em: 20 jul. 2016.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. *Área, produção e produtividade dos principais produtos agrícolas do Paraná – 1983 – 2016*. Disponível em: <www.ipardes.gov.br/pdf/indices/produtos_agricolas.pdf>. Acesso em: 02 set. 2016.

IPHAN. *Bens do patrimônio cultural ferroviário*. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/503>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

IPHAN. *Livros de registro*. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/122>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

IZEPÃO, Rosalina Lima; GARDENAL, Leonardo Antonio Santin. Café, capital cafeeiro e industrialização no Paraná. *A Economia em Revista*, Maringá, v. 23, n. 2, p. 65-85, jul. 2015.

- KASTER, Jaime dos Santos. Fotografia e memória de pioneiros: a estação ferroviária de Ibiporã (PR) como “lugar antropológico” e afetivo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2016. p. 1-15.
- KERSTEN, Márcia Scholz de Andrade. *Os rituais de tombamento e a escrita da história: bens tombados no Paraná entre 1938-1990*. Curitiba: UFPR, 2000.
- KIYOTANI, Ilana. O conceito de paisagem no tempo. *Geosul*, Florianópolis, v. 29, n. 57, p 27-42, jan./jun. 2014.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização, 1989.
- LAGO, Adriano et al. Agricultura familiar de produtos orgânicos: um olhar sob a ótica do marketing. *Revista Extensão Rural*, Santa Maria, ano 13, p. 94-116, jan./dez. 2006.
- LAMPTON, Kate (edit.). *The Roadscape Guide – Tools to Preserve Scenic Road Corridors*. Champlain Valley Greenbelt Alliance for the Vermont Forum on Sprawl: Vermont, 2006.
- LEAL, Luana Aparecida Matos. Memória, rememoração e lembrança em Maurice Halbwachs. *Revista Linguagem*, ed. 18, p. 1-8, 2012.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Tradução Bernardo Leitão. Campinas, SP: Unicamp, 1990.
- LEITE, Maria Angela Faggin Pereira. *Destruição ou desconstrução? Questões da paisagem e tendências de regionalização*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.
- LEME, Edson José Holtz. *O teatro da memória: o Museu Histórico de Londrina – 1959-2000*. 2013. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual Paulista, Assis, 2013.
- LIMA, Leilane Patricia de; POLO, Mario Junior Alves. Reflexões sobre o papel do educador de museus. *Boletim Museu Histórico de Londrina*, Londrina, v.3 n.6, p. 23-31, jan./jun. 2012.
- LIMA, Luana Nunes Martins de. Percepções e usos sociais do patrimônio goiano não institucionalizado: por uma geografia da visibilidade. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 18., 2016, São Luiz. *Anais...* São Luiz: UFMA, 2016. p. 1-11.
- LIMA, Ricardo Gomes. PROMOART: Pela definição de uma política pública para o artesanato brasileiro. In: JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS, 5., 2011, São Luiz. *Anais...* São Luiz: UFMA, 2011. p. 1-10.
- _____. *Artesanato: cinco pontos para discussão*. Palestra proferida durante o evento: Artesanato Solidário/Central Artesol, 2005. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/Artesanato__Cinco_Pontos_para_Discussao.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2016.

LIMA, Solange T. Trilhas interpretativas: a aventura de conhecer a paisagem. *Cadernos Paisagem*, Rio Claro, UNESP, n.3, p. 39-44, maio 1998.

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

LONDRINA. Prefeitura Municipal. *Lei nº 11.188 de 19 abr. 2011*. Disponível em: <www1.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=997>. Acesso em: 02 dez. 2016a.

_____. *Programa Municipal de Incentivo à Cultura*. Disponível em: <www1.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=234&Itemid=307>. Acesso em: 04 dez. 2016b.

_____. *Patrimônio Artístico e Histórico-Cultural - Bens Culturais Tombados*.

Disponível em:

<www1.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=18894&Itemid=1893&limitstart=2>. Acesso em: 2 maio 2017.

LONDRINA ganha mais duas cabines telefônicas inglesas. Prefeitura de Londrina, 14 out. 2010. Disponível em: <www.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=9190:londrina-ganha-mais-duas-cabines-telefonicas-inglesas-&catid=108:destaques>. Acesso em: 08 dez. 2016.

LONDRIX. Festival literário de Londrina. Disponível em: <www.londrixfestivalliterario.com.br>. Acesso em: 04 dez. 2016.

LOUREIRO, Ana Carolina de Melo. Caderno de viagem: geografias do sensível nas paisagens do café (Muqui – ES). In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE. 11., 2015, Presidente Prudente. *Anais...* Presidente Prudente: Unesp, 2015, p. 5151-5162.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. Patrimônio cultural, turismo e identidades territoriais – um olhar geográfico. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 12, 2009, Montevidéu. *Anais...* Montevidéu: Universidad de La República, 2009. Disponível em: <www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiacultural/19.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2016.

_____. Turismo e patrimônio natural no uso do território. In: LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes; BRUHNS, Heloisa Turini; SERRANO, Célia. *Patrimônio, natureza e cultura*. Campinas, SP: Papyrus, 2007. p. 25-45.

_____. Centros históricos – mercantilização e territorialidades do patrimônio cultural urbano. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 10., 2005, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2005a. p. 8175-90.

_____. Patrimônio cultural – uso público e privatização do espaço urbano. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL - ANPUR, 11., 2005,

Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2005b. Disponível em: <www.xienanpur.ufba.br/634.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2016.

_____. A (re)significação da paisagem no período contemporâneo. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). *Paisagem, imaginário e espaço*. São Paulo: EdUERJ, 2001. p. 9-28.

_____. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas, SP: Papyrus, 2000a. P. 105-130.

_____. Turismo e meio ambiente na mitificação dos lugares. *Turismo em Análise*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 35-43, maio 2000b.

MACEDO, Rogerio Barbosa et al. Certificação pública de produtos orgânicos: uma experiência com produtores do Norte Pioneiro Paranaense. *Cadernos de Agroecologia*, v. 9, n. 1, p. 1-5, 2014. Disponível em: <www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/cad/article/view/15617>. Acesso em: 31 out. 2016.

MACIEL, Ana Beatriz Câmara; LIMA, Zuleide Maria Carvalho. O conceito de paisagem: diversidade de olhares. *Sociedade e Território*, Natal, v. 23, n. 2, p. 159-77, jul./dez. 2011.

MACIEL, Josemar de Campos. Turismo de experiência e o sentido da vida. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs.). *Turismo de experiência*. São Paulo: Senac, 2010. P. 57-78.

MAGALHÃES, Leandro Henrique; ZANON, Elisa; BRANCO, Patrícia Martins Castelo. *Educação patrimonial: da teoria à prática*. Londrina: Unifil, 2009.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Pensar grande o patrimônio cultural. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, São Paulo, v.3 n.2, p. 1-4, dez. 1986. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451986000300011>. Acesso em: 10 abr. 2017.

MARTINS, Ana Luiza. *O trabalho nas fazendas de café*. 10. ed. São Paulo: Atual, 1994.

MARTINS, Luís Saldanha. Legado, paisagem e turismo... pelo Minho na procura de uma dimensão sensorial. *Revista da Faculdade de Letras - Geografia*, Porto, 3. Série, v. 1, p. 7-31, 2012.

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.

MARUJO, Maria Noémi. Alqueva e a nova paisagem turística. *Turismo e Desenvolvimento*, Aveiro, v. 2, p. 145-8, 2005.

MASINA, Renato. *Introdução ao estudo do turismo: conceitos básicos*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

MATOS, Marcelo Pessoa de; ARROIO, Ana. *Políticas de apoio a micro e pequenas empresas no Brasil: avanços no período recente e perspectivas futuras*. Chile: Cepal, 2011. Disponível em: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3947/S2011140_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 set. 2016.

MELO, Alessandra de; CARDOZO, Poliana Fabiula. Patrimônio, turismo cultural e educação patrimonial. *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 36, n. 133, p. 1059-1075, out.-dez., 2015.

MELO, Vera Lúcia Mayrinck de Oliveira. A paisagem sob a perspectiva das novas abordagens geográficas. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 10., 2005, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2005. p. 9146-65.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 29-64.

MENEZES, Adriano Teles de. *O mosaico Sertão Veredas-Peruaçu: a resignificação de Grande Sertão: veredas pelo turismo literário*. 2016. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

MEYER, Mônica Angela de Azevedo. Educação Ambiental: uma proposta pedagógica. *Em Aberto*, Brasília, v. 10, n. 49, p. 41-46, jan/mar, 1991.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 95-114.

MILAGRES, Vanesa Rios; SOUZA, Lucas Barbosa e. Ensaio sobre a paisagem e o turismo: uma viagem além das disciplinas. *Geografia*, Londrina, v. 21, n. 1, p. 37-63, jan./abr., 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Trabalho de campo: contexto de observação, interação e descoberta. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 25 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 61-77.

MITCHELL, Don. Não existe aquilo que chamamos de cultura: para uma reconceitualização da ideia de cultura em Geografia. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 8, p. 31-51, ago./dez. 1999.

MORAES, Werter Valentim de. *Ecoturismo: planejamento, implantação e administração do empreendimento*. Viçosa: Aprenda Fácil, 2000.

MULLER, Alyson. Disponível em: <www.facebook.com/alyson.muller.3?fref=ts>. Acesso em: 10 set. 2016.

MURTA, Stela Maris; GOODEY, Brian. Interpretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Orgs.). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2005. P. 13-46.

MUSEU do Café. Disponível em: <www.museudocafe.org.br>. Acesso em: 24 ago. 2017.

MUSEU do Café de Ibiporã. Disponível em: <www.facebook.com/Museu-do-Caf%C3%A9-de-Ibipor%C3%A3-274369256007620/home>. Acesso em: 02 ago 2016.

MUSEU Histórico mostra as riquezas do café até domingo. Agência Uel de Notícias, 22 maio 2015. Disponível em: <www.uel.br/com/agenciaueldenoticias/index.php?arq=ARQ_not&FWS_Ano_Edicao=1&FWS_N_Edicao=1&FWS_Cod_Categoria=2&FWS_N_Texto=21068>. Acesso em: 02 set. 2016.

MUSEU Sociedade Rural do Paraná. Disponível em: <www.srp.com.br/museu>. Acesso em: 02 ago. 2016.

NAGABE, Fabiane. Fronteiras culturais: os desafios do turismo no campo. In: PONTILI, Rosângela; COLAVITE, Ana Paula (Orgs.). *Estudos regionais: enfoques socioeconômicos, ambiental, educacional e da paisagem*. Campo Mourão, PR: Fecilcam, 2009. p. 161-81.

NAME, Leo. O conceito de paisagem na Geografia e sua relação com o conceito de cultura. *GeoTextos*, Salvador, v. 6, n. 2, p. 163-86, dez. 2010.

NARANJO, Florencio Zoido. El paisaje, patrimonio público y recurso para la mejora de la democracia. *Patrimônio Histórico*, Sevilha, n. 50, p. 66-73, out. 2004. Disponível em: <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/1821/1821#.V_uZgPkrLIU>. Acesso em: 13 out. 2016.

NIEHUES, Leandro Garcia. *A cafeicultura na Microrregião Geográfica de Londrina (PR): desafios e perspectivas à permanência do produtor familiar*. 2016. 163 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2016.

NIGRO, Cintia. As dimensões culturais e simbólicas nos estudos geográficos: bases e especificidades da relação entre patrimônio cultural e geografia. In: PAES, Maria Tereza Duarte; OLIVEIRA, Melissa Ramos da Silva (Orgs.). *Geografia, turismo e patrimônio cultural*. São Paulo: Annablume, 2010. p. 55-80.

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.

O ARMAZÉM CAFÉ. Disponível em: <<http://oarmazemcafe.blogspot.com.br>>. Acesso em: 02 ago. 2016.

O CAFÉ mais raro e caro do Mundo - Kopi Luwak - custa US\$ 600.00 por meio kilo. Revista Cafeicultura, 05 jul 2007. Disponível em: <<http://revistacafeicultura.com.br/?mat=11449>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

OLIVEIRA, Eduardo Romero de. Patrimônio ferroviário do estado de São Paulo: as condições de preservação e uso dos bens culturais. *Projeto História* - Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, n. 180, v. 40, p. 179-203, jun. 2010.

OLIVEIRA, Mariana. Paraná tem novo mapa turístico. *Ministério do Turismo*, 12 jul. 2016. Disponível em: <www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6481-paran%C3%A1-tem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>. Acesso em: 13 jul. 2016.

OLIVEIRA, Semí Cavalcante de. A economia cafeeira no Paraná até a década de 1970. *Vitrine da Conjuntura*, Curitiba, v.2, n.4, p. 1-8, jun. 2009.

OLIVEIRA, Sérgio Ostetto. Desenvolvimento local e organização socioespacial. *Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, v. 4, n. 6, p. 47-53, mar. 2003.

OLIVEIRA, Sílvia. Rota do Café/PR - Fazenda Monte Bello: encontro com a história. *Matraqueando*, 8 dez. 2010. Disponível em: <www.matraqueando.com.br/fazenda-monte-bello-rota-do-cafe-pr>. Acesso em: 18 jul. 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Panorama OMT del turismo internacional*: edición 2015. Disponível em: <www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416875>. Acesso em: 30 mar. 2016.

_____. *Introdução ao turismo*. Tradução de Dolores Martins Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

ORTEGA, Antonio César; JESUS, Clésio Marcelino. Território, certificação de procedência e a busca da singularidade: o caso do café do cerrado. *Política & Sociedade*, v. 10, p. 305-330, 2011.

OSTI, Cláudio. *E Londrina ganhou mais um ponto turístico*, 4 abr. 2014. Disponível em: <<http://blogs.odiaro.com/pacocacomcebola/2014/04/04/e-londrina-ganhou-mais-um-ponto-turistico/foto3-3/>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

PADIS, Pedro Calil. *Formação de uma economia periférica: o caso do Paraná*. 2. ed. Curitiba: Iparde, 2006.

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 de Estado da Cultura. Coordenação do patrimônio cultural. Disponível em: <www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=151>. Acesso em: 08 jul. 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.

PASSOS, Messias Modesto dos. *Paisagem e meio ambiente (Noroeste do Paraná)*. Maringá: Eduem, 2013.

PAULA, Cleide de. Rota das Águas reúne praia e campo no norte do Paraná. *Agência Sebrae de Notícias*, 02 fev. 2010. Disponível em: <www.pr.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PR/rota-das-aguas-reune-praia-e-campo-no-norte-do-parana,5abc7e40ef926410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 03 ago. 2016.

PEDRIALI, José. Edifício América: tributo a um pioneiro, *O Diário.com*, 08 fev. 2011. Disponível em: <<http://blogs.odiario.com/josepedriali/2011/02/08/edificio-america-tributo-a-um-pioneiro/>>. Acesso em: 03 ago. 2016.

PELEGRINI, Sandra Cassia Araújo. *Patrimônio cultural: consciência e preservação*. São Paulo: Brasiliense, 2009.

_____. O patrimônio cultural e a materialização das memórias individuais e coletivas. *Patrimônio e memória*, Assis, v.3, n.1, p. 87 – 100, 2007.

_____. O patrimônio cultural no discurso e na lei: trajetórias do debate sobre a preservação no Brasil. *Patrimônio e memória*, Assis, v.2, n.2, p. 54-77, 2006.

PELLEGRINI, Domingos. *A arte da transformação*. Curitiba: Sesc, 2014.

PERAZZOLO, Olga Araujo et al. Significação da experiência estética no turismo: da sensorialidade ao acolhimento. *Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 11, n. 3, p. 155-162, 2013.

PEREIRA, Ester Maria. Interpretação: valor adicional no turismo sustentável. In: NELSON, Sherre Prince; PEREIRA, Ester Maria. *Ecoturismo: práticas para turismo sustentável*. Manaus: Vale/UniNorte, 2004. p. 39-178.

PEREIRA, Lídia Milhomem Pereira; ALMEIDA, Maria Geralda. Paisagens construídas, mineração e turismo conforme a percepção dos moradores em Minaçu-GO. *CULTUR*, ano 03, n. 01, p. 69-91, jan. 2009.

PEREIRA, Sérgio Parreiras; BARTHOLLO, Gabriel Ferreira; GUIMARÃES, Paulo Tácito Gontijo. *Cafés especiais: iniciativas brasileiras e tendências de consumo*. Belo Horizonte: EPAMIG, 2004.

PEREIRA FILHO, João Lins. *Inovação e criatividade em organizações brasileiras: um estudo piloto de casos nacionais*. 1996. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1996.

PESQUISAS desenvolvem novas estratégias para cultivo de orgânicos. *Caminhos do campo*, 1º maio 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2016/05/pesquisas-desenvolvem-novas-estrategias-para-cultivo-de-organicos.html>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. *Geografia e pesquisa qualitativa: um olhar sobre o processo investigativo*. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, ano 14, n. 23, v. 1, p. 4-18, 2012.

PIMENTEL, A. C. B. Parintins: cultura e turismo. In: FARIA, I. F. (coord). *Turismo: lazer e políticas de desenvolvimento local*. Manaus: Universidade do Amazonas, 2001. p. 149 - 158.

PINHO, Maria Sonia Madureira de. Produtos artesanais e mercado turístico. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Orgs.). *Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar*. Belo Horizonte: UFMG, 2005. p. 169-180.

PIRES, Paulo dos Santos. A análise de indicadores da qualidade visual como etapa da caracterização de paisagens turísticas: uma aplicação no distrito-sede de Porto Belo-SC. *Turismo: Visão e Ação*, v. 7, n.3, p. 417-426, set./dez. 2005.

_____. A paisagem rural como recurso turístico. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). *Turismo rural: práticas e perspectivas*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003. p. 107-132.

_____. Paisagem litorânea de Santa Catarina como recurso turístico. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Orgs.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 161-177.

_____. *Avaliação da qualidade visual da paisagem na região carbonífera de Criciúma – SC*. 1993. Dissertação (Mestrado em Engenharia Florestal). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1993.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

_____. Memória, esquecimento e silêncio. *Estudos históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

PORTAL D Moto. *Pousada Victor*. Disponível em: <<http://portaldmoto.com.br/pousada-victor>>. Acesso em: 03 ago. 2016.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Paisagem, ruralidade e funcionalidade turística. *Destarte*, Vitória, v. 3, n. 2, p. 01-13, out. 2013.

POUSADA e restaurante Victor. Disponível em: <www.pousadavictor.com.br>. Acesso em: 04 ago. 2016.

POUSADA Ruvina. Disponível em: <www.facebook.com/PousadaRuvina/?fref=ts>. Acesso em: 02 nov. 2016.

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

PREZOTTO, Leomar Luiz. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, n. 31, p. 133-153, abr. 2002.

QUEIROZ, Odaléia Teles Marcondes Machado. Turismo paisagístico. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (edits.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri (SP): Manole, 2009. p. 45-66.

RAIMUNDO, Sidnei. Paisagem, turismo e análise ambiental. In: TELES, Reinaldo Miranda de Sá (Org.). *Turismo e meio ambiente*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 21-44.

RALIO, Vanise Rafaela Zivieri; DONADONE, Julio Cesar. Estudo sobre o histórico de atuação do Sebrae na consultoria para micro e pequenas empresas brasileiras. *GEPROS - Gestão da Produção, Operações e Sistemas*, Bauru, ano 10, n. 2, p. 33-47, abr./jun. 2015.

REDE Social do Café. Disponível em: <www.redepeabirus.com.br/redes/form/comunidade?id=218>. Acesso em: 24 ago. 2017.

REICHERT, Inês Caroline. Legado cultural e turismo: sobre lugares, memórias e outras histórias. In: ASHTON, Mary Sandra Guerra (org). *Turismo: sinais de cultura*. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2001. p. 39-51.

RIBEIRO, Marcelo; SANTOS, Eurico de Oliveira. Turismo cultural como forma de educação patrimonial para as comunidades locais. *Itinerarium*, Rio de Janeiro, v.1, p. 1-12, 2008. Disponível em: <www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium/article/download/137/108>. Acesso em: 06 jul. 2017.

RIBEIRO, Weudson. Turismo literário atrai turistas estrangeiros ao Brasil. *Embratur*, 22 jun. 2016. Disponível em: <www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/noticias/arquivos/Turismo_literarios_atrai_turistas_estrangeiros_ao_Brasil_.html>. Acesso em: 05 dez. 2016.

RISSO, Luciene Cristina. Paisagens e cultura: uma reflexão teórica a partir do estudo de uma comunidade indígena amazônica. *Espaço e Cultura*, n. 23, p. 67-76, jan./jun. 2008.

RICCI, Fabio; SANT´ANA, Rosangela. Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal, SP. *Cultur*, ano 03, n. 01, p.1-19, jan. 2009.

ROCHA, Ítalo Freitas; PEREIRA, Fabio Neto; LEMOS, Linovaldo Miranda. A paisagem como poder e o poder da paisagem: um estudo da produção e valorização do patrimônio em Quissamã/RJ. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, 7., 2014, Vitória. *Anais...* Vitória: UFES, 2014. p. 1-7.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Paisagem, território e empreendedorismo: pilares do desenvolvimento do turismo de base local. *Aportes Y transferencias*, Mar del Plata, ano 7, v. 2, p. 10-40, 2003a.

_____. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: _____ (Org.). *Turismo rural*. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2003b. 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.

_____. Geografia e turismo: notas introdutórias. *Revista do Departamento de Geografia*, São Paulo, n. 6, p. 71-82, 1992.

ROSANELI, Alessandro Filla. *Cidades novas do café: história, morfologia e paisagem urbana*. Curitiba: UFPR, 2013.

ROTA das águas reúne praia e campo no Norte do Paraná. *Portal Bonde*, 22 abr. 2013. Disponível em: <www.bonde.com.br/turismo/conheca-o-parana/rota-das-aguas-reune-praia-e-campo-no-norte-do-parana-267572.html>. Acesso em: 30 out. 2016.

ROTA do Café. Disponível em: <www.facebook.com/RotadoCafe/>. Acesso em: 15 dez. 2017.

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

ROTA do Café será gerida por associação de empresários em 2016. *Portal Bonde*, Londrina, 18 dez. 2015. Disponível em: <www.bonde.com.br/?id_bonde=1-39--197-20151218>. Acesso em: 17 jul. 2016.

SAHÃO, Sonia. *Salim Sahão, meu avô*. Diadema, SP: Prol, 2007.

SALGUEIRO, Teresa Barata. Paisagem e Geografia. *Finisterra*, Lisboa, ano 26, v. 72, p. 37-53, 2001.

SALLES, Mary Mércia G. *Turismo rural: inventário turístico no meio rural*. 2. ed. Campinas, SP: Alínea, 2006.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. *Turismo como fenômeno humano: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2005.

SANDRE, Sandra. *Cachaça: patrimônio brasileiro*. Monografia (Especialização em Gastronomia e Segurança Alimentar). Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

SANSOLO, Davis Gruber; CAVALHEIRO, Felisberto. Geografia e Educação Ambiental. In: SANTOS, José Eduardo dos; SATO, Michèle. *A contribuição da Educação Ambiental à esperança de Pandora*. São Carlos/SP: RIMA, 2003. p. 109-131.

SANTORO, Gladys. Emater incentiva agricultura orgânica nas pequenas propriedades rurais. *Tá no site*, 04 abr. 2014. Disponível em: <<http://tanosite.com/noticia/3056/emater-incentiva-agricultura-organica-nas-pequenas-propriedades-rurais>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

SANTOS, Matheus Carlos dos. *Desenvolvimento sustentável: interpretações crítico-científicas*. 2011. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Análise e Educação Ambiental em Ciências da Terra). Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2011.

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, 1997a.

_____. *Espaço e método*. 4. ed. São Paulo: Nobel, 1997b.

_____. *Pensando o espaço do homem*. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1997c.

_____. ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 1º, Departamento de Geografia, USP, 1997d. Gravação de vídeo cassete. VHS. NTSC.

_____. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997d.

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

SANTOS, Rosselvelt José. A dimensão cultural das paisagens rurais do cerrado mineiro. In: ALMEIDA, Maria Geralda; RATTIS, Alecssandro J. P. *Geografia: leituras culturais*. Goiânia: Alternativa, 2003. p. 133-58.

_____. Pesquisa empírica e trabalho de campo: algumas questões acerca do conhecimento geográfico. *Sociedade & Natureza*, Uberlândia, v. 11, n. 21/22, p. 111-125, jan./dez. 1999.

SAQUET, Marcos Aurélio. Espaço, região e paisagem: a construção de uma temática e de uma combinação teórico-conceitual. In: PONTILI, Rosângela; COLAVITE, Ana Paula (Orgs.). *Estudos regionais: enfoques socioeconômicos, ambiental, educacional e da paisagem*. Campo Mourão, PR: Fecilcam, 2009. p. 19-26.

SCHIER, Raul Alfredo. Trajetórias do conceito de paisagem na Geografia. *Revista RA'E GA*, Curitiba, n 7, p. 79-85, 2003.

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

SCHNEIDER, Sérgio. A importância da pluriatividade para as políticas públicas no Brasil. *Revista Política Agrícola*, ano XVI, n. 3, p. 15-34, Jul./Ago./Set. 2007.

SCHMIDT, Maria Auxiliadora M. S. *História do cotidiano paranaense*. Curitiba: Letraviva, 1996.

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.

SEBRAE. *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.

SEBRAE. *Turismo no Brasil*: termo de referência para a atuação do sistema Sebrae. Brasília, 2010. Disponível em:
<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Turismo/TR_turismo_final.pdf>. Acesso em: 06 set. 2016.

SERPA, Angelo. Milton Santos e a paisagem: parâmetros para a construção de uma crítica da paisagem contemporânea. *Paisagem Ambiente: ensaios*, São Paulo, n. 27, p. 13-8, 2010.

SESC Cadeião Cultural será presente de aniversário para Londrina. *Portal do Oeste*, 03 dez. 2014. Disponível em: <www.jornaldooeste.com.br/estado/2014/12/sesc-cadeiao-cultural-sera-presente-de-aniversario-para-londrina/1239223>. Acesso em: 20 jul. 2016.

SILVA, Ana Maria Radaelli da. Trabalho de campo: prática “andante” de fazer Geografia. *Geo UERJ*, Rio de Janeiro, n. 11, o. 61-74, 2002.

SILVA, Carlos Pereira da. Percepção e avaliação da paisagem: evolução de métodos e técnicas. *Geo/Nova*, Lisboa, n. 0, p. 116-132, 1999.

SILVA, Claudia da; MORAES, Vanda de (Orgs.). *Encontro Cidades Novas: a construção de políticas patrimoniais*. Londrina: Humanidades, 2009.

SILVA, Eduardo Cesar; GUIMARÃES, Elisa Reis. A “terceira onda” do consumo de café. *Expocaccer*, 30 out. 2012. Disponível em:
<www.expocaccer.com.br/ler_noticia-en.php?id=3172>. Acesso em: 12 dez. 2016.

SILVA, Isabelle Catucci da. *Arte pública em Iporã: reflexões sobre cultura em uma cidade no interior do Paraná*. 2012. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

SILVA, Jalberto Dória da; TEIXEIRA, Rivanda Meire. Desenvolvimento do turismo em Sergipe: apoio à criação de Negócios e Parcerias entre o Setor Público e Privado. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 14 n. 2, p.133-149, ago. 2014.

SILVA, Maria da Glória Lanci da. A imagem da cidade turística: promoção de paisagens e de identidades culturais. *Arquitextos*, São Paulo, ano 5, n. 053.11, out. 2004a. Disponível em: <www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/05.053/543>. Acesso em: 2 maio 2016.

_____. *Cidades turísticas: identidade e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph, 2004b.

SILVA, Priscilla Perrud. Um Pouco de História ... O Edifício da Estação Ferroviária de Londrina, Sede do Museu Histórico de Londrina Padre Carlos Weiss – 1946-1986. *Boletim Museu Histórico de Londrina*, Londrina, v.3 n.6, jan./jun. 2012. p. 32-37.

SILVA, Vicente de Paulo da. Paisagem: concepções, aspectos morfológicos e significados. *Sociedade & Natureza*, Uberlândia, n. 19, p. 199-215, jun. 2007.

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.

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani da. *Geografia aplicada ao turismo: fundamentos teórico-práticos*. Curitiba: InterSaberes, 2014.

SIMÃO, Maria Cristina Rocha. *Preservação do patrimônio cultural em cidades*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. Do leitor a turista na Ilhéus de Jorge Amado. *Revista Brasileira de Literatura Comparada*, Belo Horizonte: n.6, p.177-184, 2002.

SOARES, Geísa Martin; VIEIRA FILHO, Nelson Antonio Quadros. As fazendas dos barões do café no Brasil: patrimônio histórico rural e turismo. *Reuna*, Belo Horizonte, v.13, n. 3, p.41-53, 2008.

SOTO, Moana. Os museus e a sociedade em Rede. *Museologia e patrimônio*, v. 3, n. 1, p. 23-28, 2010. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/issue/view/9>>. Acesso em: 16 nov. 2016.

SOULONDRINA. Disponível em: <<http://soulondrina.com.br>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

SOUZA, Celso Antônio Spaggiari; FREITAS, Rita de Cássia Santos. Gênero, trabalho e migração: lugares de homens e de mulheres na lavoura de café do sul de Minas Gerais. *Revista UNIABEU*, Belford Roxo, v.8, n. 18, p. 1-16, jan./abr. 2015.

SOUZA, Marcelino de; LINDNER, Michele. O turismo na revalorização da agroindústria rural na rota gastronômica de Silveira Martins-Rs, Brasil. *Revista Líder*, v. 16, ano 12, p. 125-140, 2010. Disponível em:

<[http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/16/\[LIDERVol16A%C3%B1o12-2010-ISSN-0717-0165\]8.-Oturismonarevalori%C3%A7ao.pdf](http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/16/[LIDERVol16A%C3%B1o12-2010-ISSN-0717-0165]8.-Oturismonarevalori%C3%A7ao.pdf)>. Acesso em: 04 nov. 2016.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, Adyr Balastreri. *Turismo: desenvolvimento local*. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 17-22.

SOUZA, Márcio Luís de. *Vida urbana e suburbana nas terras do café: racionalização dos negócios e da vivência coletiva em Ribeirão Preto (1874-1914)*. 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Franca, 2009.

STEFANI, Cláudia de; OLIVEIRA, Luana Mendes de. *Compreendendo o turismo: um panorama da atividade*. Curitiba: InterSaberes, 2015.

STEFANI, Cláudia de. *Elaboração de roteiros turísticos: do planejamento à precificação de viagens*. Curitiba: InterSaberes, 2014.

SWARBROOKE, John et al. *Turismo de aventura: conceitos e estudos de caso*. Tradução de Marise Phibois Toledo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TABANEZ, Marlene Francisca et al. Avaliação de trilhas interpretativas para educação ambiental. In: PADUA, Suzana Machado; TABANEZ, Marlene Francisca. *Educação ambiental: caminhos trilhados no Brasil*. Brasília: IPÊ, 1997. p. 89-102.

TAMANINI, Elizabete. *Vidas transplantadas: museu, educação e a cultura material na (re) construção do passado*. 2000. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

TEDESCHI, Mauricio. *Produção associada ao turismo: uma estratégia de competitividade turística e inclusão econômica de pequenos negócios*. Disponível em: <[www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/BC41BD8E410492D683257A2800423FB7/\\$File/NT000476C2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/BC41BD8E410492D683257A2800423FB7/$File/NT000476C2.pdf)>. Acesso em: 15 dez. 2016.

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.

TEIXEIRA, Elder Lins. *Gestão da qualidade em destinos turísticos*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

THOMAZ, Rosângela Custódio Cortez. A revalorização e difusão do patrimônio cultural como meio desenvolvimento do turismo rural e cultural: estudo de caso da rede galega do patrimônio arqueológico. In: *Tópos*, v. 4, n. 2, p. 33-59, 2010. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/topos/article/view/2254>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

TIRADENTES, Leomar. Paisagem, pluriatividade e turismo no espaço rural. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 9., 2014, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP, 2014. p. 1-16.

TOMAZ, Paulo Cesar. A unificação das diferenças e a “invenção” do patrimônio paranaense. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*, v. 8, ano VIII, n. 1, p. 1-17, jan./abr. 2011.

TURRA NETO, Décio. Pesquisa qualitativa em Geografia. ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 17., 2012, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: UFMG, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/texto%20completo%20-%20EDPs%20-%20ENG%20BH%20(2).pdf>. Acesso em: 16 jul. 2016.

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

UNIVERSIDADE Estadual de Londrina. *Museu Histórico de Londrina Pe. Carlos Weiss*. Disponível em: <www.uel.br/museu>. Acesso em: 25 jul. 2016.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3. ed. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

VALENTE Branding. *Posicionamento de marca: Rota do Café*, 2015. Trabalho não publicado.

VALÉRIA Vidigal. *Obras*. Disponível em: <www.valeriavidigal.com.br/obras.php>. Acesso em: 24 jul. 2016.

VELOSO, Mariza. O fetiche do patrimônio. *Habitus*, Goiânia, v. 4, n.1, p. 437-454, jan./jun. 2006.

VIEIRA, M. L.; OLIVEIRA, L. de. Imagem turística. *Geografia*, Rio Claro, AGETEO, v. 25, n. 1, p. 23-35, abr. 2000.

YAMAKI, Humberto. *Guia do patrimônio cultural de Londrina*. Londrina: Midiograf II, 2008.

YÁZIGI, Eduardo. A importância da paisagem. In: YÁZIGI, Eduardo (Org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. p. 11-27.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. *Travel & Tourism Economic Impact 2015*. Disponível em: <www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/world2015.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2016.

WWOOF. Disponível em: <http://wwooof.net>. Acesso em: 05 nov. 2016.

ZANETTI, Tainá Bacellar. *Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais*. 2012. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

ZANIRATO, Silvia Helena. Usos sociais do patrimônio cultural e natural. *Patrimônio e memória*, Assis, v. 5, n.1, p. 137-152, out. 2009.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista aplicado aos consultores/gestores do Sebrae vinculados à Rota do Café.

- 1) Como surgiu a ideia de criação da Rota do Café?
- 2) Como foi feita a seleção dos atrativos?
- 3) A paisagem foi considerada para a criação da rota e seu desenvolvimento? De que maneira?
- 4) O patrimônio relacionado à Rota do Café foi discutido? De que maneira?
- 5) Como foi feita a indicação/seleção das propriedades participantes?
- 6) Quais premissas para o planejamento e desenvolvimento das atividades?
- 7) Por quais processos/etapas a Rota passou até chegar à forma em que se encontra hoje?
- 8) Quem financiou os projetos da Rota do Café até 2015? De que forma?
- 9) Quais os principais grupos/pessoas envolvidos no processo?
- 10) Quais foram os eventos organizados pela Rota do Café até dezembro 2015?
- 11) Por que o número de empresas associadas à Rota caiu no decorrer dos anos?
- 12) Na sua visão, quais foram as dificuldades encontradas durante as etapas?
- 13) Sobre as agências credenciadas, como foram inseridas/selecionadas? Como é o relacionamento entre elas e o Sebrae? E elas e os proprietários?
- 14) Qual o perfil do público-alvo da Rota?
- 15) Com a constituição da Associação Rota do Café, qual é o papel do Sebrae hoje?
- 16) Qual o seu papel como consultora da Rota do Café?
- 17) Qual o papel do Sebrae em todo o processo?

APÊNDICE 2 – Roteiro de entrevista aplicado aos empreendedores da Rota do Café.

- 1) Nome completo, idade, profissão/ocupação;
- 2) Quantas pessoas trabalham na propriedade? Todas estão envolvidas com as atividades da Rota?
- 3) Como foi sua entrada na Rota do Café? Qual objetivo/propósito? Conte um pouco da sua trajetória...
- 4) Qual a relação da sua propriedade com a temática do café?
- 5) Já recebia visitantes antes do seu ingresso na Rota do Café? Quais mudanças foram percebidas por você?
- 6) Quando vocês recebem o visitante (grupo), quais atividades são realizadas?
- 7) Quais benefícios de sua entrada na Rota do Café? E os aspectos negativos?
- 8) Como foi sua participação no processo de planejamento, organização e execução das atividades ligadas ao turismo em sua propriedade?
- 9) Como foram selecionados os atrativos em sua propriedade?
- 10) Quais mudanças nas paisagens foram percebidas/realizadas a partir do ingresso na Rota do Café e recepção de visitantes?
- 11) Quais eram suas expectativas em relação aos benefícios do turismo para a propriedade? Elas foram atingidas? Por quê?
- 12) Quais melhorias você busca, a médio e longo prazo, para o desenvolvimento da atividade em sua propriedade/Rota?
- 13) Quais dificuldades enfrentadas durante a trajetória?
- 14) O que você tem percebido de mudanças na gestão das ações da Rota do Café a partir da criação da Associação?