



# Sentido e significado da inovação em turismo na Colônia Witmarsum (Paraná)

*Meaning and significance of innovation in tourism in Colony Witmarsum*

*Significado e importancia de la innovación en el turismo en Colonia Witmarsum*

**Fabiola Beveranço Zdepski** < [fabiolabz@gmail.com](mailto:fabiolabz@gmail.com) >

Doutora em Administração pela Universidade Positivo. Professora Adjunta do Curso de Turismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), Curitiba, PR, Brasil.

**Yára Lúcia Mazziotti Bulgacov** < [ybulgacov@gmail.com](mailto:ybulgacov@gmail.com) >

Doutora em Educação pela UNESP. Professora Titular da Universidade Positivo. Professora da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil.

## CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebido 23-mai-2013

Aceite 14-nov-2014

## FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

ZDEPSKI, F.B.; BULGACOV, Y. L. M. Sentido e significado da inovação em turismo na Colônia Witmarsum – Paraná. **Caderno Virtual de turismo**. Rio de Janeiro, v. 14, n.3, p. 265 - 279, dez. 2014.

REALIZAÇÃO

**ivt** Instituto  
Virtual de  
Turismo  
[www.ivt-rj.net](http://www.ivt-rj.net)

**LTDS**  
Laboratório de Tecnologia e  
Desenvolvimento Social

APOIO INSTITUCIONAL

**PEP**  
Programa de Engenharia de Produção

**COPPE**  
UFRJ

PATROCÍNIO

**FAPERJ**  
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

**Resumo:** A identificação das possibilidades de inovação em turismo em uma localidade deve ser feita levando em conta o contexto local, expresso pelas crenças, conhecimentos comuns entre outros fatores. Por suas características, o turismo em base local se enquadra na abordagem divergente da inovação em turismo, proposta por Hjalager (2010). Nela, o turismo está centrado na comunidade e os indivíduos inseridos nela são agentes ativos no e do seu desenvolvimento e a experiência turística, voltada para os autóctones, apresenta-se como a verdadeira inovação. No artigo também analisamos a inovação a partir da teoria sócio-histórica e cultural apregoada por Vigotski (1996), entendendo que o desenvolvimento humano se dá nos processos de interação e mediação a partir das trocas com o coletivo, atribuindo à inovação um caráter coletivo, sendo a aprendizagem mediadora das relações dentro da atividade e entre os participantes. Objetivamos identificar os sentidos e significados de inovação na prática de produção associada ao turismo da Colônia Witmarsum-PR. Foram utilizadas entrevistas, observações e filmagens e a apreensão dos significados atribuídos pelos indivíduos envolvidos nas atividades foi realizada pela constituição de Núcleos de Significação, metodologia proposta por Aguiar e Ozella (2006). O resultado da análise permitiu identificar um potencial significativo para inovação divergente.

**Palavras-chave:** Inovação em turismo; Abordagem divergente; Sentidos; Significados.

**Abstract:** The identification of opportunities for innovation in tourism from the locally based tourism should be made taking into account the local context, expressed the belief, common knowledge among other factors. Due to its characteristics, tourism in local base fits the divergent approach to innovation in tourism, proposed by Hjalager (2010). In this approach, tourism is centered on the community and the individuals within it are active agents in and of its development. In this paper we adopt the theory socio-historical and cultural trumpeted by Vygotsky (1996), understanding that human development occurs in the processes of interaction and mediation from exchanges with the collective, configured as collective innovation. Is central in this analysis is the concept of learning as mediator of relations within and between activity participants. We aimed to identify the meanings of innovation in the practice of tourism-related production of Colony Witmarsum. We used interviews, observations and footage, and the apprehension of the meanings attributed by individuals involved in the activities was carried out by formation of cores of meaning, methodology proposed by Aguiar and Ozella (2006). The result of the analysis identified significant potential for divergent innovation.

**Keywords:** Innovation in tourism; Divergent approach; Meaning; Significance.

**Resumen:** La identificación de oportunidades para la innovación en el turismo con base local debe hacerse teniendo en cuenta el contexto local, expreso por la creencia, el conocimiento común entre otros factores. Por sus características, el turismo en base local se ajusta el enfoque divergente a la innovación en el turismo, propuesta por Hjalager (2010). En este enfoque el turismo se centra en la comunidad y los individuos dentro de ella son agentes activos en y de su desarrollo. En este trabajo se adopta la teoría socio-histórico y cultural pregonado por Vygotsky (1996), la comprensión de que el desarrollo humano se produce en los procesos de interacción y la mediación de los intercambios con el colectivo, configurados como innovación colectiva. Es central en este análisis es el concepto de aprendizaje como mediador de las relaciones dentro y entre los participantes de la actividad. El objetivo fue identificar los significados de la innovación en la práctica de la producción relacionada con el turismo de Colonia Witmarsum. Utilizamos entrevistas, observaciones y filmaciones, y la aprehensión de los significados atribuidos por las personas que participan en las actividades se llevó a cabo mediante la formación de núcleos de sentido, la metodología propuestos por Aguiar y Ozella (2006). El resultado del análisis identificó un potencial significativo para la innovación divergente.

**Palavras clave:** Innovación en el turismo; Enfoque divergente; Lo Que Significa; Importancia.

## Introdução

O turismo é analisado, neste trabalho, a partir de sua dimensão humana, cultural, histórica e da relação do homem com seu contexto social e coletivo, com o objetivo de incentivar o diálogo e os encontros interculturais de qualidade entre a comunidade e com os visitantes, na perspectiva de conhecer e aprender com seus respectivos modos de vida. Adotamos para este estudo os princípios do turismo em base local, pelo fato de esta ser uma abordagem alternativa à perspectiva mercantilista do setor, enquadrando-se, desta forma, aos pressupostos da inovação divergente de turismo. Esse entendimento traz em si um enfoque que considera as influências presentes no conhecimento sobre a comunidade, sobre a dimensão real do turismo e o seu significado para a comunidade.

O objetivo deste artigo é identificar e analisar os sentidos e significados da inovação em turismo na Colônia Witmarsum (PR). Para essa análise, adotamos a orientação divergente da inovação em turismo que, de acordo com Hjalager (2010), contrapõe-se à orientação tradicional da inovação em turismo por basear-se em estudos sociais e culturais. Para o desenvolvimento deste trabalho foi adotada como perspectiva de análise a teoria sócio-histórica e cultural que, de acordo com Joenk (2002, p.2), ao caracterizar os aspectos tipicamente humanos do comportamento, revela como essas características se formaram ao longo da história humana e se desenvolveram durante a vida do indivíduo.

A Colônia Witmarsum está localizada no município de Palmeira, região dos Campos Gerais do Paraná, a 60 quilômetros de Curitiba. Foi fundada em 1951 com a compra da Fazenda Cancela, de 7.800 hectares, que pertencia ao senador Roberto Glaser. A Colônia é formada por descendentes do primeiro grupo de menonitas que chegou ao Brasil. Os menonitas são um grupo étnico-religioso que vem se compondo durante muitos séculos e cuja origem remonta o ano de 1525 (KREMER, 2010).

A análise aqui apresentada é parte da tese de doutorado de intitulada “Uma contribuição do conceito de prática social para o campo da inovação em turismo: análise cultural e mediações de aprendizagem e memória na Colônia Witmarsum - PR”, defendida na Universidade Positivo, em 2013.

A partir do olhar da teoria sócio-histórica e cultural, o turismo é entendido como uma atividade composta por atores ou grupo de atores que, voltados para o seu objeto, é compreendido a partir de seu cotidiano, de suas experiências vividas. Essas experiências não estão dissociadas do mundo social e cultural no qual o homem se insere e no qual encontra todas as suas possibilidades de ser e seus limites. Nessa perspectiva, cada iniciativa de turismo desenvolvida em uma comunidade pode ser considerada única, pois são formadas por uma diversidade de contextos, histórias, lugares e personagens. Busca-se, desta forma, entender a relação dinâmica e dialética existente entre os processos cognitivos e os contextos históricos, sociais e culturais em que os indivíduos se inserem.

A iniciativa para a construção deste trabalho surgiu de um interesse neste enfoque de estudo, mas também em uma deficiência em pesquisas científicas que abordassem a aplicação da inovação dentro da atividade turística e as contribuições das perspectivas cultural e histórica na inovação. Grande parte das pesquisas relacionadas à inovação a introduzem apenas como um fenômeno econômico e exploram a atividade somente no viés da mudança tecnológica. Este artigo traz uma nova visão à atividade por dar enfoque no significado da inovação para seus atores, explorando a aprendizagem como ponto fundamental para que haja tal fenômeno. Portanto, este trabalho é relevante para a academia, pois amplia o escopo relacionado à Teoria da Inovação, principalmente ao abordar o setor turístico, uma das atividades econômicas mais lucrativas do mundo.

O resultado da análise permitiu identificar um potencial significativo para inovação divergente na Colônia Witmarsum, pelo fato de que a cultura alemã, a etnicidade, a história e a trajetória da Colônia serem ainda a base e a origem de produtos e serviços entre os indivíduos estudados, sendo, portanto, grandes fontes de inovação em turismo

## Quadro conceitual

A Teoria da Atividade é uma estrutura filosófica e interdisciplinar usada para estudar diferentes formas de práticas humanas através do uso da atividade como unidade básica de análise. Vigotski buscava compreender como se dá a formação e manifestação de determinado processo psicológico, detendo-se em mecanismos mais sofisticados, como as funções psicológicas superiores, típicos da espécie humana, interessando-se pelo estudo da gênese dos processos psicológicos tipicamente humanos em seu contexto histórico-cultural, não separando os indivíduos da situação cultural em que se desenvolvem (RÊGO, 1995, pp. 24-25).

Estudar o comportamento humano sob a perspectiva da Teoria da Atividade permite a compreensão da forma como determinada prática é estabelecida, já que, nesta ótica, o trabalho é visto como toda e qualquer atividade desempenhada pelo ser humano ao longo de sua existência, não ficando limitada, portanto, à prática de profissões específicas. Vigotski rompe com a visão behaviorista de homem, condicionada pelo estímulo e resposta. Para ele, a consciência vem da relação do homem com o meio, sendo uma relação mediada. A constituição do homem é possível a partir da ação deste no meio, esta a ação é cultural e nela e o homem se desenvolve (biológica, cognitiva e socialmente). Desta forma, o desenvolvimento da consciência e da identidade é resultado da aquisição de conhecimento e da transformação do indivíduo.

Para Clot (2006) a atividade é vista como uma unidade viva, que passa por metamorfoses ao longo do tempo. “A relação ‘criativa’ do sujeito com objeto oferece assim oportunidade de renovar a relação dos outros com esse objeto que também é o seu.” (CLOT, 2006, p.115).

Para Leontiev (1983), consciência e ação são indissociáveis principalmente no estabelecimento de relações entre significado e sentido, criando relações objetivas na prática social da humanidade, representando as maneiras pelas quais os homens assimilam a experiência humana generalizada. O desenvolvimento humano é resultado do trabalho, este que pode ser entendido como obra que se materializa no produto, não apenas ao produzir instrumentos e símbolos, mas também ao produzir cultura.

Para Vigotski (1998), não há uma relação direta do homem com o mundo, mas sim uma relação mediada e complexa, possível pelo uso de dois tipos de mediadores: os instrumentos e os signos. A mediação é, então, o processo pelo qual a ação do sujeito sobre o objeto é mediada por um determinado elemento, e este elemento mediador permite a transformação do objeto. Nessa relação mediada entre os seres humanos e o ambiente, o sujeito é o agente, cujo comportamento se pretende analisar; os artefatos mediadores são objetos, podendo ser materiais ou ideais, utilizados pelo sujeito para atingir seu resultado; e o objeto refere-se ao material bruto sobre o qual o sujeito vai agir mediado pelas ferramentas, em interações contínuas com outras pessoas.

Interessa para Vigotski (1998) a capacidade especificamente humana de gerar produtos culturais significativos, com valor na vida cotidiana. Desta forma, ao considerar o significado que pode ser criado pelo desenvolvimento de produtos socialmente significativos, pode-se, também, associar a

essa produção uma determinação histórica, pois permite o desenvolvimento do homem a partir de suas realizações, produto da sua imaginação e criação.

A busca de uma teoria da inovação tem seus fundamentos em Schumpeter (1988), que coloca a inovação como elemento fundamental do desenvolvimento e da competição capitalista. A inovação é inicialmente definida por Schumpeter (1988) como um conjunto de novas funções evolutivas que alteram os meios de produção, criando novas formas de organização do trabalho e, como produz novas mercadorias, possibilita a abertura de diferentes mercados por meio da criação de novos usos e consumos.

Stoner e Freeman (1999) afirmam que a inovação é uma solução criativa aplicada para problemas e oportunidades detectados pela empresa. Os autores defendem que, enquanto a criatividade implica na geração de uma nova ideia, a inovação se refere à aplicação da mesma. Os conceitos de criatividade e inovação estão intrinsecamente interligados, apesar de diferenciados. A inovação é constituída a partir do conceito de criatividade, como um processo de geração de mudanças e de introdução de novidades em contextos sociais.

Para Powell e Gianella (2009) a invenção coletiva representa a partilha de informações sobre o projeto e desenvolvimento de novas tecnologias, a partir do ressurgimento dos esforços pela criação de uma rede de criadores distribuídos em várias organizações e abrangendo localidades distantes. A característica distintiva da invenção coletiva, segundo os autores, é o intercâmbio e a circulação de ideias e práticas entre as redes de distribuição de indivíduos localizados em diversos contextos, ao invés de reter tais esforços dentro dos limites das empresas em particular como uma tentativa de superar as limitações de acesso à informação que acompanha certas estruturas econômicas e organizacionais.

O estudo da inovação na perspectiva sócio-histórica requer a atenção para as pessoas, para os que pensam, os que valorizam, como eles se comportam, e como as inter-relações entre os atores do processo são levadas adiante, ou seja, um fato social (CAVALLI, 2007). Neste contexto, torna-se fundamental mapear como se comportam os atores sociais no processo de inovação, pois muitas instituições não conseguem promover a mudança social devidamente, porque eles não prestam atenção suficiente para a dimensão simbólica do processo.

Esta perspectiva permite uma análise diferenciada da criatividade e, conseqüentemente, da inovação, ao compreender a criatividade como um processo de produção de novidade e não no valor do produto. Para Vigotski, a novidade é o único critério necessário para que algo possa ser considerado criativo, pois depende mais da organização do pensamento do indivíduo, do produto de sua atividade criadora do que seu valor econômico, adequação ou utilidade. As obras de Vigotski referem-se, então, às formas como a criatividade, a imaginação e a fantasia coexistem numa atividade criadora, capaz de fazer com que o indivíduo possa organizar e reorganizar seus processos psicológicos.

Para Hellström (2004) o processo de inovação como ação social pode ser entendido como a idealização de um conceito ou objeto mental, uma meta desejada, havendo uma ação física para criar e divulgar um produto de algum tipo em alguma unidade de adoção. Para o autor, a inovação não é apenas a concepção de uma ideia nova, nem a invenção de um novo dispositivo, nem o desenvolvimento de um novo mercado, mas a junção de todas essas coisas em um conjunto, de forma integrada. A inovação deve estar implícita à projeção intencional de uma visão e a ação envolvida para cumpri-la, pois o fato de uma organização adotar uma vez antes das demais, não quer dizer que irá sempre exibir este mesmo comportamento.

A inovação deve ser vista tanto como um artefato ou processo que é novo para a sua unidade de adoção, quanto uma atividade que é conceitual e física, mas também é simbólica, social, histórica e culturalmente situada, e que trata de um problema e sua solução, pois envolve algo que é novo e é, por conseguinte, todo o futuro orientado. É o qualificador de originalidade direcionado aos objetivos e serve para diferenciar a inovação a partir de simples mudança (HELLSTRÖM, 2004, p.634).

O entendimento da inovação como ação social busca identificar as relações dialéticas centrais presentes nos componentes da inovação que possam levar à ação, constituindo um contexto de inovação no qual o ator é central, pois a chave para o ato de inovar tem a ver com os atores envolvidos em diversas formas de ação intencional, seja um grupo ou uma pessoa e o engajamento na prática da atividade pode ser encarado como um imperativo para a gênese da inovação. A dialética do trabalho e a mudança estão intimamente e interativamente relacionadas ao propósito do ator numa dialética que gera consciência prática e uma base normativa para a ação.

As experiências humanas só se tornam significativas após terem sido vividas e sua reflexão ocorre por meio das sensações e emoções. Todo esse processo não é algo estático e ocorre harmonicamente (DUARTE JÚNIOR, 1988). Com relação a esta afirmação, o autor ainda complementa ao destacar que “novos significados somente serão incorporados à estrutura cognitiva do indivíduo se constituírem simbolizações de experiências já vividas” (p. 32). Porém vale ressaltar que esta última sentença não é corroborada por todos os pesquisadores do meio acadêmico.

O homem não vive isoladamente, ele vive em comunidades e é um ser social, portanto os valores humanos surgem a partir destes grupos e são repassadas por meio da linguagem. Duarte Júnior (1988, p. 37) ao ressaltar a importância da linguagem para o homem afirma que “[...] os valores (e a própria linguagem) nascem de exigências práticas de sobrevivência”. Ela ajuda a orientar a ação do homem, a partir da interpretação da realidade. Essa interpretação é feita através de formas simples e simétricas como a constelação, uma forma adotada pelo homem para entender o sistema planetário. Dentro da língua estão as maneiras na qual aquela sociedade vê o mundo, portanto de um lado, a linguagem é um instrumento para a construção do mundo, mas de outro, ela também molda nossos pensamentos, sentimentos e ações. Só a partir do momento que damos nomes às coisas, podemos aprender sobre elas. O autor ainda destaca que controlar as palavras é controlar o pensamento das pessoas. Mas a linguagem não é uma mera relação das coisas, ela tem uma estrutura própria, um espírito. Portanto, para entendê-la, é necessário compreender sua construção. Neste contexto é importante destacar que a linguagem não está sozinha, ela está intimamente ligada com a imaginação. Esta última é um atributo dos homens e “(...) é a forma mais fundamental de operação da consciência humana.” (ALVES, s/a, p. 51, apud DUARTE JÚNIOR, 1988, p. 46 – grifo do autor).

A partir dessa análise, entendemos que a inovação em turismo não propicia somente o crescimento econômico de empreendimentos e localidades, mas também é uma ferramenta para a aprendizagem nas localidades onde o turismo é praticado. Assim, empreendemos a aproximação entre a teoria da inovação e a Teoria da Atividade com o objetivo de apreender como as práticas sociais são construídas e reconstruídas, contribuindo para a compreensão do diálogo, das múltiplas vozes e perspectivas dos atores que buscam inovar em turismo.

Hjalager (2010, pp.8-9) identifica duas linhas de abordagem na investigação da inovação no turismo: a primeira segue uma linha convergente, que reconhece o turismo como um setor na economia e incorpora nas pesquisas as contribuições e pressupostos do campo da inovação industrial. A segunda, chamada de linha divergente, reconhece o turismo como um fenômeno e nega a visão de “indústria do turismo”.



Em relação às abordagens identificadas por Hjalager (2010), a autora aponta que a questão da inovação no turismo é costumeiramente estudada a partir da abordagem convergente e é abordada a partir de três diferentes escolas clássicas: a schumpeteriana (abordagem em que os empresários representam importante contributo à dinâmica inovadora) a marshalliana (baseada na geografia econômica) e o paradigma e a análise da importância das forças da demanda e da oferta (demand pull x technology push) no processo de inovação, que reconhece a ciência, a tecnologia e os fatores ambientais como forças para a inovação. A inovação em turismo está desta forma, intimamente relacionada à prestação de serviços. Além disso, o objeto de estudo tem sido geralmente processos e inovações de produtos tangíveis (HALL; WILLIAMS, 2008). A capacidade de inovar em turismo depende, nessa ótica, do ambiente maior em que empresas e instituições estão inseridas. Assim, de acordo com Hall e Williams (2008), os destinos de turismo inovadores são caracterizados pelo crescimento econômico e variáveis tais como uma população crescente, o aumento das oportunidades de trabalho, a criação de novas empresas e o nível de investimentos, que podem ser indicadores de tal crescimento.

Faz-se necessário, então, adaptar teorias genéricas para o turismo sem, muitas vezes, dar conta das especificidades das localidades que têm na comunidade e nas suas práticas, o principal elemento para gerar a inovação.

As pesquisas realizadas na abordagem divergente, segundo Hjalager (2010), diferenciam-se por serem baseadas em outros campos do conhecimento, como antropologia, estudos sociais e culturais. Ao posicionar esta pesquisa na linha divergente na investigação da inovação no turismo reforçamos a visão de que a inovação no turismo é constituída de muito mais do que a busca da criação de produtos e serviços a partir das expectativas do turista.

O turismo em base local é uma abordagem alternativa à perspectiva mercantilista do setor, portanto divergente, pois para Zaoual (2009, p. 58) “a economia padrão do turismo impede o diálogo das culturas e o reduz, no máximo, a um folclore”, acabando com o “desejo da descoberta mútua”. Então, à medida que o turismo constitua o objeto de uma comercialização, a autenticidade da relação de intercâmbio tende a desaparecer e dar lugar a uma ilusão, uma artificialidade que a demanda evita progressivamente.

O turismo em base local é entendido como aquele que, além de ser organizado de maneira peculiar e própria à comunidade onde ocorre, produz ganhos para ela mesma e não para pessoas de fora que lá estejam para explorar a atividade. Desta forma, verifica-se uma alteração na dimensão sociocultural da vida comunitária que têm consequências nas relações com os turistas, pois as comunidades passam a não comercializar o que o turista deseja e sim disponibilizam o que entendem que seja valioso em termos culturais e ambientais (BURSZTYN, SANSOLO, 2009, p.150).

Falar de turismo em base local significa referir-nos àquele turismo em que a comunidade tem controle efetivo em relação às decisões sobre o turismo na comunidade. Desta forma, o turismo está centrado na comunidade e os indivíduos inseridos nela são agentes ativos no e do seu desenvolvimento, ou seja, o turismo em base local só poderá ser desenvolvido “se os protagonistas deste destino forem sujeitos e não objetos do processo” (IRVING, 2009, p. 111). Esse protagonismo da experiência turística, voltada para os autóctones apresenta-se como a verdadeira inovação. Nesta forma de análise, o turismo, além de uma prática social é também uma prática econômica, política, cultural e educativa, já que envolve relações sociais que são fruto do modo de viver contemporâneo. A condição para o turismo em base local “é o encontro entre identidades, no sentido de compartilhamento e aprendizagem mútua” (IRVING, 2009, p.116).

Para Zaoual (2009, pp.64-65) uma configuração apropriada do potencial local pode fazer surgir fontes de inovação ignoradas. Essa configuração depende dos sistemas de representação que têm os atores da localidade e da situação na qual se encontram, levando em conta a trajetória histórica e cultural da localidade e de sua releitura no presente, pois para o autor, a inovação começa com uma mudança no olhar. O desenvolvimento local é realizado em escala humana, pois se entende que ao homem deve ser dada a capacidade de reafirmar as potencialidades e identidades locais a partir de sua participação ativa no processo de decisão. Uma localidade “é um patrimônio coletivo vivo que tira sua consistência do espaço vivido pelos atores” e é um “espaço de crenças partilhadas que define o real, em um dado momento, bem como as concepções e as práticas de seus atores” (ZAOUAL, 2009, p.63). Assim, a identificação das possibilidades de inovações locais deve ser feita levando em conta o contexto local, expresso por suas crenças, conhecimentos comuns, diversidade, memória histórica entre outros fatores.

## Metodologia

A partir da Teoria da Atividade, as práticas serão compreendidas como o conjunto de três atividades significativas para entender a prática turística, denominada prática de produção associada ao turismo. Nela estão envolvidos indivíduos que desenvolvem atividades vinculadas a qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor a destinos turísticos (BRASIL, 2011). Assim, entende-se que cada atividade de produção associada ao turismo, na aplicação da Teoria da Atividade, é um sistema de atividade composto por um grupo de pessoas voltadas para o(s) objeto(s) da produção associada ao turismo. Objetivou-se a partir do diálogo com eles, apreender a história da atividade através dos sentidos e significados dados pelos indivíduos envolvidos, buscando identificar o que media a inovação nesses sistemas de atividades.

Para isso, foram utilizadas as seguintes técnicas: observação e entrevista para a coleta de informações no momento específico do exercício das atividades que constituem a prática turística. Segundo Guérin (2001), a observação é uma ferramenta potente para apreender as variabilidades da prática. De acordo com Vieira (2004), a observação da atividade pode ser realizada a partir da filmagem, descrição e notas de campo, e exercício de confrontação do trabalhador de si mesmo com seu trabalho, servindo como ponto de partida para os momentos de verbalização com os indivíduos pesquisados. As entrevistas semiestruturadas foram também elementos importantes para elucidar os elementos identificados nas observações e são, de acordo com Faïta e Vieira (2003), momentos para proporcionar aos indivíduos pesquisados a oportunidade de desempenhar o papel de parceiros na sistematização da compreensão de sua prática.

Esse procedimento de pesquisa foi reforçado pela redação de relatórios parciais sobre o andamento do estudo que foram devolvidos aos pesquisados para validação por meio de procedimentos de autoconfrontação simples ou cruzada. As transcrições das entrevistas, das conversas e as notas de observações foram partes essenciais desses documentos submetidos a confrontações, pois abriram a possibilidade de um constante repensar e até mesmo um reelaborar os elementos do exercício de sua atividade de trabalho (FAÏTA; VIEIRA, 2003).



Para a análise dos dados foi utilizada, como encaminhamento teórico-metodológico, a constituição de Núcleos de Significação, metodologia proposta por Aguiar e Ozella (2009). Significado e sentido estão relacionados, mas possuem conceitos específicos. Segundo Aguiar e Ozella (2006, p.4), eles permitem a comunicação e a socialização das experiências, transformando-se no movimento histórico e, assim “(...) sua natureza interior se modifica, alterando, em consequência, a relação que mantem com o pensamento, entendido como um processo” (AGUIAR; OZELLA, 2009, p.4).

O processo de análise dos dados foi realizado a partir de três etapas: (1) a criação dos pré-indicadores; (2) dos indicadores; e (3) a construção e análise dos núcleos de significação. Na primeira etapa, foram realizadas diversas leituras do material coletado (das transcrições de gravações realizadas durante as entrevistas, dos registros de observações e de registros de fala), a partir das leituras flutuantes, considerando-se o contexto em que foram gerados, ou seja, as anotações dos contextos acompanham as gravações e as transcrições das falas. Dessa primeira leitura, emergiram temas que foram caracterizados a partir da sua maior frequência, da ênfase nas falas dos entrevistados e pelas ambivalências ou contradições encontradas no processo (AGUIAR; OZELLA, 2009).

Os pré-indicadores foram filtrados a fim de caminhar para a segunda etapa, na qual por meio de uma nova leitura, foi retomado o objetivo da investigação com a fim de nortear a aglutinação dos pré-indicadores. Essa aglutinação foi feita por similaridade, complementaridade ou pela contraposição.

Com a constituição dos indicadores foi dado início à terceira etapa, a construção e análise dos Núcleos de Significação. De acordo com Aguiar e Ozella (2009), é durante a constituição dos núcleos que, efetivamente, se dá o processo de análise e avanço do empírico para o interpretativo, apesar de todo o procedimento ser, desde o início, um processo construtivo e interpretativo. Para construção dos núcleos, foi realizada uma nova leitura seguida da redução dos dados, processo acompanhado pela releitura das falas dos participantes, procurando observar as falas, as expressões e as ideias, buscando identificar os significados criados.

A redução dos dados não é a sua simplificação, mas sim “o processo de seleção, de centração, de simplificação, de abstração e de transformação” (LESSARD-HÉRBERT; GOYETTE; BOUTIN, 1990, p. 109)

## **Apresentação e análise de dados**

A partir das entrevistas realizadas e da proposta metodológica de Aguiar e Ozella (2009) buscou-se a apreensão de como os atores sociais da Colônia Witmarsum significam a trajetória da atividade turística enquanto prática através dos Núcleos de Significação. Foram entrevistados: Marizélia, Alinda, Hans e Hilka, que desenvolvem atividades de gastronomia típica; Jenni e Gerhild, que desenvolvem atividades de artesanato; e Berthold, Louise, Hulda, Mariana e Laura, que desenvolvem atividades de produção agropecuária.

Para garantir a consistência das entrevistas, foi criado um plano de observação para captar os indicadores não verbais, usados para complementar e/ou parer discursos e ações de acordo com o objetivo da pesquisa. Os sujeitos pesquisados foram indagados sobre a criação da Colônia, da Cooperativa e da Associação de Moradores; o início e a trajetória do turismo na Colônia, aprendizado a partir da prática turística, as possíveis mudanças culturais e transformações das atividades de produção associada ao turismo a partir da prática, do aprendizado e da introdução da inovação em

turismo; além do significado do turismo e da inovação para eles, para perceber como a trajetória da atividade turística é significada.

Com a transcrição das entrevistas, foram identificados, após várias leituras flutuantes, os pré-indicadores, ou os termos para proceder à construção dos núcleos. Esses termos imergiram pela sua repetição, seja por frequência ou reiteração, e também pela ênfase dada pelos informantes. A partir das leituras flutuantes que foram realizadas nas transcrições das entrevistas e, também, a utilizando-se das observações, foram identificados 35 pré-indicadores que compuseram um quadro que foi utilizado em um processo de filtragem a partir da sua importância para a compreensão do objetivo da investigação.

Em seguida houve, a partir de uma segunda leitura, um processo de aglutinação desses pré-indicadores, pela similaridade, complementaridade ou contraposição para permitir identificar quais seriam mais relevantes para chegar aos possíveis núcleos de significação, conforme quadro 1.

**Quadro 1. Indicadores para possíveis núcleos de significação**

PRÉ-INDICADORES	INDICADORES
1) Colônia Witmarsum como um grupo étnico. 2) Descendência alemã. 3) Identidade cultural própria. 4) Fundamentos da religião menonita. 6) Língua alemã como uma forma de coesão. 7) Ideologia pacifista. 12) Influência da Cooperativa Mista Agropecuária de Witmarsum. 17) Abertura da Colônia Witmarsum para o turismo. 20) Atuação do Grupo de Turismo. 22) Atuação da Associação Comunitária dos Moradores e Proprietários de Witmarsum. 29) Pecuária leiteira. 35) Os produtos oferecidos no turismo são originários de conhecimentos adquiridos dos antecedentes ou representantes da cultura alemã	1) História e cultura da Colônia.
3) Identidade cultural própria. 6) Língua alemã como uma forma de coesão. 7) Ideologia pacifista. 8) Desunião. 9) Individualismo. 10) Falta de profissionalismo com o turismo. 11) Competição entre os empreendedores no turismo. 15) Turismo como alternativa de renda. 17) Abertura da Colônia Witmarsum para o turismo. 18) Abertura e aprendizagem dos moradores com o turismo. 20) Atuação do Grupo de Turismo. 25) Feira do produtor 26) Aceitação do turismo pelos moradores. 27) Voz dos empreendedores. 28) Crise na economia local 29) Pecuária leiteira 30) Dificuldades econômicas e busca de alternativas de renda 31) Atividades agroindustriais. 31) Preservação da cultura a partir do turismo. 35) Os produtos oferecidos no turismo são originários de conhecimentos adquiridos dos antecedentes ou representantes da cultura alemã.	2) Percepção do turismo na Colônia.
13) Participação do SEBRAE no turismo e nos empreendimentos. 14) Influência da COOPTUR. 33) Rejeição ao SEBRAE. 34) Aprende sozinho. 17) Abertura da Colônia Witmarsum para o turismo. 18) Abertura e aprendizagem dos moradores com o turismo. 19) Aprendizagem a partir do contato com os turistas.	3) Aprendizado a partir do turismo
32) Turismo como fonte de conhecimento, mudanças e novidades. 15) Turismo como alternativa de renda. 17) Abertura da Colônia Witmarsum para o turismo. 18) Abertura e aprendizagem dos moradores com o turismo. 19) Aprendizagem a partir do contato com os turistas.	4) Possibilidades de inovação em turismo.

PRÉ-INDICADORES	INDICADORES
33) Rejeição ao SEBRAE. 34) Aprende sozinho. 8) Desunião. 9) Individualismo. 10) Falta de profissionalismo com o turismo. 11) Competição entre os empreendedores no turismo. 15) Turismo como alternativa de renda. 17) Abertura da Colônia Witmarsum para o turismo. 18) Abertura e aprendizagem dos moradores com o turismo. 20) Atuação do Grupo de Turismo. 21) Apoio ao Grupo de Turismo. 22) Conflitos dentro do Grupo de Turismo	5) Organização do turismo na Colônia Witmarsum.

Fonte: as autoras (2013).

A partir da identificação dos indicadores e de seus conteúdos, selecionamos os trechos nas entrevistas que ilustram e esclarecem os indicadores em um processo de análise empírica para que os núcleos de significação fossem construídos, a partir da releitura do material e da aglutinação dos indicadores e seus conteúdos. Os núcleos de significação foram organizados através de uma nomeação com o objetivo de identificar os conteúdos, as mútuas articulações entre os termos e para que os conteúdos fossem revelados e objetivados, como pode ser visto no quadro 2.

#### Quadro 2. Núcleos de significação

INDICADORES	NÚCLEOS DE SIGNIFICAÇÃO
1) A história da Colônia, dos imigrantes, a identidade cultural e étnicas próprias são vistas como diferenciais na atração de turistas.	1) Potencial turístico da Colônia Witmarsum
2) O turismo é considerado uma alternativa de trabalho, uma complementação de renda e uma forma de agregar valor para a Colônia.	
3) O turismo é visto como uma forma de preservação da cultura e resgate da memória coletiva.	
4) Há a busca do original e do novo nas referências culturais e étnicas.	
5) A Cooperativa e a Associação de Moradores são vistas pelos entrevistados como influências para a organização no início das atividades do turismo na Colônia, mas não as percebem como relevantes para a tomada de decisão sobre o turismo na Colônia hoje.	2) Influência da Cooperativa e da Associação de Moradores e Grupo de Turismo.
6) O Grupo de Turismo é fonte de distúrbios e conflitos entre os indivíduos envolvidos com o turismo na Colônia por causa dos diferentes interesses entre os integrantes do Grupo.	
7) Os entrevistados se veem como parte do processo decisório nas decisões a respeito do turismo na Colônia.	
7) Os entrevistados se veem como parte do processo decisório nas decisões a respeito do turismo na Colônia.	

INDICADORES	NÚCLEOS DE SIGNIFICAÇÃO
8) Eles percebem que aprendem sozinho, mas compartilham suas dificuldades e experiências com os outros membros da Colônia.	3) Relações de aprendizagem entre os envolvidos com o turismo na Colônia.
9) O apoio de instituições como o SEBRAE e a COOPTUR são consideradas grandes fontes de aprendizado para apenas uma parte dos entrevistados.	
10) O turismo é considerado inovador, pela oferta de produtos e serviços únicos.	4) Possibilidades de inovação a partir do turismo.
11) Na percepção dos entrevistados, o turismo na Colônia é uma inovação, pelo resgate das tradições, hábitos e costumes dos antepassados.	
12) As referências culturais e étnicas dos antecedentes ou representantes da cultura alemã são consideradas fontes de inovação no turismo.	
13) A oferta de produtos e serviços turísticos não trouxe mudanças perceptíveis na cultura da Colônia.	

Fonte: as autoras (2013).

A análise foi realizada a partir da sistematização dos Núcleos de Significação apontados acima e da continuidade ao processo de aproximação das zonas de sentido, levando-se em consideração o contexto de estudo e as observações anotadas em campo. A análise ocorreu inicialmente de forma intra-núcleo, levando em consideração os dados que constituem cada um dos núcleos para posteriormente avançar-se para uma análise de inter-núcleo, segundo indicado por Aguiar e Ozella (2009).

Abaixo, são apresentados os núcleos de significação conforme estabelecidos no processo de sistematização dos dados:

#### **NÚCLEO 1: Potencial turístico da Colônia Witmarsum**

Para os entrevistados, a história é o diferencial da Colônia e é visto como uma alternativa de trabalho, uma complementação de renda e uma forma de agregar valor para a Colônia. Os entrevistados ainda ressaltam a importância do turismo para a preservação da cultura local, segundo destaca Alinda: “para que o turista tenha uma boa visão da Colônia como um todo é preciso preservar nossa história, nossas tradições.”

#### **NÚCLEO 2: Influência da Cooperativa e da Associação de Moradores e Grupo de Turismo.**

A importância da Cooperativa e da Associação de Moradores é reconhecida pelos entrevistados como formas de organizar o turismo dentro da Colônia no começo. O turismo é construído na Colônia pela participação dos moradores, na aceitação ou negação da atividade. Os entrevistados se veem como parte do processo decisório nas decisões a respeito do turismo no local, entretanto, o Grupo de Turismo é fonte de distúrbios e conflitos entre os indivíduos envolvidos com o turismo na Colônia. Os entrevistados têm opiniões diferentes sobre a importância do Grupo para o desenvolvimento do turismo na Colônia. Para Mariana: “nós tentamos. Nós ficamos um tempo no Grupo mas sentimos que não existe trabalho em grupo. Existe o trabalho ‘eu cuido do meu e puxo para mim o que eu puder’. Então nós saímos do Grupo de Turismo, tem dois anos.”

O apoio de instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Cooperativa Paranaense de Turismo (COOPTUR) são fontes de aprendizado para alguns deles, mas também são fontes de conflito.

### **NÚCLEO 3: Relações de aprendizagem entre os envolvidos com o turismo na Colônia**

Eles percebem que aprendem sozinhos, mas compartilham suas dificuldades e experiências com os outros membros da Colônia. A competição e a desunião, identificadas nas entrevistas são motivadas pelas dificuldades em coordenar e organizar o turismo em um grupo coeso, como acontecia nas atividades anteriores, na Associação de Moradores e na Cooperativa por influência do sistema de vida comunitária e, conseqüentemente, o hábito de resolver os problemas individuais na coletividade.

### **NÚCLEO 4: Possibilidades de inovação a partir do turismo**

O turismo é considerado inovador pelos entrevistados, pela oferta de produtos e serviços únicos. Na percepção deles, o turismo na Colônia é inovador pelo surgimento de novos produtos, mas com a preocupação de preservar a originalidade, pois o turismo é visto como uma forma de preservar e difundir a cultura da Colônia, pois há grande resistência em trazer elementos externos e desvinculados da história e cultura locais.

“Tentamos colocar o original, como é na Alemanha, diferente dos cafés do Rio Grande do Sul, por exemplo, que ‘abrasileiraram’ seus hábitos. Eu tenho clientes alemães que vem aqui e não percebem a diferença, é igualzinho”, relata Hans.

## **Considerações finais**

A análise dos Núcleos de Significação sugere que o turismo é reconhecido pelos entrevistados como uma atividade econômica relevante para a Colônia Witmarsum e que sua história e atrativos constituem-se em atrativos importantes na configuração e desenvolvimento do turismo local.

O turismo é visto como aceito como uma forma de preservação da cultura local, abraçando os pressupostos do turismo em base local, e se aproximando da abordagem divergente da inovação, aquela apontada por Hjalager (2010).

Embora os entrevistados aleguem que aprendem sozinhos, nota-se que o fato de estarem inseridos em uma Cooperativa e em grupos relacionados ao turismo como o Grupo de Turismo e a feira do produtor os estimula a compartilhar os seus problemas em grupo. Para alguns deles, grande parte da informação vem da colaboração de instituições como o SEBRAE e a COOPTUR. Apesar disso, os entrevistados identificaram na Cooperativa e na Associação de Moradores formas de organizar inicialmente o turismo na localidade e de se sentirem parte do processo decisório a respeito do turismo na Colônia.

Efetivamente, turismo em base local pode ajudar certas regiões a aproveitar o potencial das estruturas existentes ao mesmo tempo em que envolve os autóctones, nos processos de aprendizagem e desenvolvimento de práticas turísticas. Segundo Maldonado (2009, p. 29), pelo turismo as comunidades tornam-se conscientes do potencial que seus bens patrimoniais e podem, a partir de sua valorização, desenvolver formas inovadoras de gestão de seus territórios. Isso quer dizer que, por mais homogêneo que uma localidade possa parecer em sua cultura, em sua história ou em sua estrutura econômica, quanto mais se procura conhecer suas potencialidades, maior a possibilidade de inovar. Assim, o turismo em base local torna-se possível a partir da mobilização de um conjunto fortemente coeso de sujeitos em torno de um objetivo comum e em busca de alternativas e potencialidades locais.



## Referências bibliográficas

- AGUIAR, W. M. J., OZELLA, S. **Apreensão dos sentidos: uma proposta metodológica**. 2009 (mimeo).
- BARTHOLO, R.; SANZOLO, D.G.; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de Base Comunitária: Diversidade de Olhares e Experiências Brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.
- CAVALLI, N.. The symbolic dimension of innovation processes. **American Behavioral Scientist**, 2007, Nº50, v.7 p. 958-969.
- CLOT, Y. **A função psicológica do trabalho**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.
- DUARTE JÚNIOR, J. F.. **Fundamentos estéticos da educação**. (2a ed). Campinas: Papyrus, 2008.
- FAÏTA, D.; VIEIRA, M. A. Reflexões metodológicas sobre a autoconfrontação cruzada. **Revista de Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada – D.E.L.T.A.**, v. 19, n. 1, p. 123-154, 2003.
- GUÉRIN, F. **Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia**. São Paulo: Edgar Blücher-Fundação Vanzolini, 2001.
- HALL, M.C.; WILLIAMS, A.M. **Tourism and innovation**. New York, Routledge, 2008.
- HELLSTRÖM, T. **Innovation as social action**. Organization, 11. 2004.p. 631-649.
- HJALAGER, A.M. A Review of Innovation Research in Tourism. **Tourism Management**, n. 1,vol. 31(1), 2010. pp. 1-12.
- IRVING, M. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R; BURSZTYN, I; SANZOLO, D. **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Ed. Letra e Imagem, 2009. p.108-121.
- JOENK, I.K. **Uma introdução ao pensamento de Vygotsky**. Linhas, v.3, n.1, 2002. p.1-12.
- KREMER, C. Witmarsum: a epopéia dos menonitas. **Boletim Informativo do Sistema FAEP nº 1113**. Semana de 20 a 26 de setembro de 2010. p.02-09.
- LEONTIEV, A. N. **Actividad, conciencia y personalidad**. Habana: Pueblo y Educación, 1983.
- POWELLI, W.W; GIANELLA, E. Collective invention and inventor network. In: HALL, B.H.; ROSENBERG; N. **Handbook of economics of invention**. São Paulo: Elsevier. p.90, 2009.
- RÊGO, T.C. **Vigotski: uma perspectiva histórico-cultural da educação**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1995.
- SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, Sociedade e Democracia**. 1 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1988.
- STONER, J. A. F., FREEMAN, R. E. **Administração**. (5a ed.) Rio de Janeiro: LTC, 2009.
- VIEIRA, M. A. Autoconfrontação e análise da atividade. In: FIGUEIREDO, M. **Labirintos do Trabalho: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004. p.215-237.
- VIGOTSKY, L S. **La imaginación y el arte em la infância**. 3 ed. Madrid, Espanha: Akal., 1996.

---

\_\_\_\_\_. **A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores.** São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ZAQUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D.G.; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de Base Comunitária: Diversidade de Olhares e Experiências Brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009. p. 55-75.