

## Empreendedorismo Étnico e Desenvolvimento Turístico de Treze Tílias

**Iomara Scandelari Lemos**  
[IOMARA.LEMOS@GMAIL.COM](mailto:IOMARA.LEMOS@GMAIL.COM)  
PUCPR

**José Roberto Frega**  
[JOSE.FREGA@GMAIL.COM](mailto:JOSE.FREGA@GMAIL.COM)  
PUCPR

**Alceu Souza**  
[ALCEUSOUZA@BIGHOST.COM.BR](mailto:ALCEUSOUZA@BIGHOST.COM.BR)  
PUC-PR

### RESUMO

Este artigo analisa o desenvolvimento do empreendedorismo e o fomento do turismo étnico com valorização das características culturais de uma comunidade para alcançar o desenvolvimento sustentável por meio do turismo. Para tanto, utiliza-se do conceito de pesquisa no sentido *lato* e estudo de caso. Constatou-se que Treze Tílias – SC teve forte desenvolvimento turístico após 1981, com o resgate das características culturais dos imigrantes austríacos que representavam a maior etnia local. Após, com o turismo étnico, o município estimulou a utilização do estilo e da cultura alpinos, surgindo mais ateliês e estabelecimentos apresentando elementos da cultura tirolesa para atender aos turistas. Por fim, constatou-se que a partir de manifestações culturais espontâneas de um povo, aliadas ao estímulo do poder público, estratégias planejadas foram implementadas e consolidou-se o turismo étnico em Treze Tílias –SC, por meio da criação do processo empreendedor baseado em uma visão de futuro.

### 1. INTRODUÇÃO

O turismo étnico favorece a criação de correntes turísticas específicas para conhecer, conviver e integrar-se com as diferentes etnias. O turismo, como um todo, é fator de estímulo para o desenvolvimento local e regional, abarcando a função de estruturar um desenvolvimento diversificado e sustentado, produzindo transformações infra-estruturais para mantê-lo. Além disso, tende a promover uma diversificação na base produtiva através dos excedentes monetários gerados neste setor que podem ser canalizados para outros, estimulando ao empreendedorismo e à formação de parcerias para cooperação, racionalizando-se esforços para promover as variedades de atrativos e recursos naturais e culturais. Tal racionalização ocorre sob forma de criação de novos negócios no local, empreendedorismo local, relacionando a estratégia de desenvolvimento local com o comportamento empreendedor da comunidade. Este trabalho analisa o desenvolvimento do turismo por meio do empreendedorismo étnico local, valorizando as características da comunidade e recebendo auxílio do poder público na gestão dos recursos culturais para alcançar o desenvolvimento sustentável. Para tanto, estuda-se o caso do município de Treze Tílias, em Santa Catarina, Brasil, em seu processo de desenvolvimento sustentável da atividade turística.

## 2. OBJETIVO

Este artigo tem por objetivo apresentar a importância do poder público para fomentar as estratégias de empreendedorismo étnico, a valorização das características culturais da comunidade e das organizações na gestão dos recursos naturais e culturais para alcançar o desenvolvimento sustentável do turismo em uma localidade.

## 3. ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

Quando a atividade turística desenvolve-se sem a existência de estratégias que configuram o planejamento turístico sustentável e falta coordenação entre os agentes locais há uma tendência natural de que haja exploração turística em benefício de poucos. Estes poucos empresários procuram obter maior lucro num curto espaço de tempo, não se preocupando com os princípios de sustentabilidade nos quais a longo prazo os recursos devem continuar a existir. O esgotamento dos recursos advindos da espontaneidade do fenômeno turístico diminui o potencial e maximiza o aparecimento de uma série de impactos negativos para a região.

Com base nestas concepções faz-se o estudo de um caso, por meio de cortes transversais e análise longitudinal. Analisa-se o empreendedorismo local voltado ao desenvolvimento sustentável de localidades turísticas, onde o turismo étnico passa de fenômeno espontâneo a planejado, coordenado e integrado.

## 4. METODOLOGIA

Utiliza-se o conceito de pesquisa no sentido *lato*, ou seja, um conjunto de ações propostas para encontrar a solução de problemas por meio de procedimentos racionais e sistemáticos (SILVA *et alii*, 2003). A metodologia utilizada para alinhar os conceitos de desenvolvimento sustentável e do turismo étnico é de uma pesquisa aplicada, quanto à sua natureza; qualitativa, quanto à forma de abordagem do problema; descritiva, quanto ao seu objetivo; de estudo de caso quanto ao método de investigação, usando cortes transversais e análise longitudinal.

## 5. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um fenômeno que modifica as condições do mercado pela introdução de algo novo e diferente, em resposta a necessidades percebidas. (CORDEIRO; PAIVA, 2003). Ao identificar novas oportunidades alguns indivíduos criam novos empreendimentos ou desenvolvem novas idéias, produtos e serviços em empresas já existentes. Tais mudanças muitas vezes são dinâmicas adotadas pelas organizações ou pelos indivíduos ao conceberem atitudes para sobrevivência, oriundas de forças provenientes do ambiente externo. Segundo Martinelli (2007, p.2)

O empreendedorismo, nas suas diversas formas de empresa familiar, sociedade por ações, empresa pública, empresa social e cooperativa, é um fator fundamental de crescimento econômico e pode ser também fator fundamental de desenvolvimento social, caso se instaure uma relação apropriada entre o mercado e o Estado, livre iniciativa empresarial e Estado de Direito, e caso se desenvolva um empreendedorismo socialmente responsável que exercite o poder de decisão, não esquecendo os próprios deveres legais e legítimos em relação a uma pluralidade de *stakeholders* (funcionários, acionistas, consumidores, fornecedores, instituições estatais e comunidade local).

Para Dornelas (2001), por trás das inovações, existem indivíduos ou equipes, com características especiais, visionárias, que questionam, arriscam, desejam algo diferente, fazem acontecer. Tais indivíduos são reconhecidos como empreendedores. Tais pessoas são

responsáveis pelo desencadeamento de um processo de atitudes inovadoras que podem desenvolver as organizações ou fazer surgir novos negócios.

Conforme Paulino e Rossi (2003), o uso mais antigo da palavra empreendedor é registrado na história militar francesa, no século XVII, referindo-se a quem conduzia expedições militares. O galicismo *entrepreneur* passou para a língua inglesa por meio de Richard Cantillon, um irlandês que no século XVIII referiu-se a quem comprava bens e serviços por um determinado preço para depois revendê-los no futuro a preços incertos.

Jean Baptiste Say (1983) posteriormente definiu empreendedor como aquele que reúne os fatores de produção com a condução administrativa e com os riscos associados à atividade produtiva. Por sua vez, Schumpeter (1982) caracterizou o processo empreendedor como uma "destruição criativa", onde os antigos métodos e processos de produção sucumbem e dão lugar aos novos processos que são criados exatamente pelo processo empreendedor. Na visão de Oliveira e Sanabio (2005), o conceito de schumpeteriano de inovação é amplo, entendendo-se como a "introdução de novos produtos, processos, formatos organizacionais, insumos e matérias-primas".

Peter Drucker (1998) ressalta o fato de que o empreendedor está sempre lidando com a mudança, seja provocando-a, seja reagindo a ela mas, de qualquer forma, explorando-a de forma a transformá-la em uma oportunidade. Cabe ressaltar também que, consoante Paulino e Rossi (2003), embora todos os conceitos de empreendedorismo aqui elencados refiram-se à área de negócios, eles podem ser aplicados a outros ramos da atividade humana, como arte, política ou esporte.

O desenvolvimento de uma estratégia para o atendimento de um nicho de mercado é, no entendimento de alguns autores (KIZNER, 1973; PETERSON, 1985; BETTIS e HITT, 1995), uma forma de atividade empreendedora, ao identificar e explorar uma oportunidade de negócio ao conseguirem captar os benefícios advindos das incertezas. Esse conceito é ampliado por Oliveira e Sanabio (2005) que compreendem que a atividade empreendedora cumpre um papel social ao identificar as oportunidades de negócios e convertê-las em valores econômicos.

O entendimento de Filion (1991) é o de que o empreendedor é aquele que constrói uma visão de futuro e empreende os devidos esforços para realizá-la. Essa visão, quando realizada, traduz uma extensão do próprio empreendedor para o empreendimento, pois o indivíduo com o perfil empreendedor estende suas visões e necessidades para a organização e satisfaz as suas necessidades por meio dela, conforme Mintzberg et al (2000).

Shane e Venkataraman (2000) destacam que a visão do fenômeno empreendedor é ampla, sendo necessário, para o entendimento do empreendedorismo, compreender como é feita a identificação de uma oportunidade de negócio que possa ser explorada com a finalidade e a capacidade de gerar lucro.

Conforme citado por Jay Barney (*apud* BINDER, 2007, p. 10),

toda vez que eu questiono um empreendedor sobre as razões de seu sucesso, ele me responde que teve uma boa idéia, se cercou de pessoas competentes e trabalhou duro. E toda vez que eu questiono um empreendedor fracassado sobre o que deu errado ele me diz que não sabe o que deu errado, pois ele teve uma boa idéia, se cercou de pessoas competentes e trabalhou duro. Portanto, deve haver uma explicação mais consistente para o sucesso [ou fracasso] de uma organização.

No estudo empírico de Benedetti *et alii* (2005), a visão de futuro foi uma característica comum a todos os entrevistados, caracterizando fortemente o comportamento empreendedor, exercitando o olhar para o futuro e explicitando cenários de médio e longo prazo sobre as expectativas para os seus negócios. Outra característica citada pelos autores é o comprometimento e a integração do empreendedor com o negócio, o que está de acordo com Mintzberg et al (2000). De fato, todos os entrevistados caracterizaram como essencial o

envolvimento do empreendedor no dia a dia do seu negócio.

Outra característica citada por todos os entrevistados é a necessidade do estudo detalhado do ramo de atuação de forma a estarem preparados para lidar com os riscos envolvidos. De toda forma, segundo Dornelas (2001), a propensão em lidar com riscos é exatamente uma das principais características do empreendedor.

Cooper e Mehta (2006), contrariamente ao pensamento corrente de que planos formais que exigem tempo de maturação para levantar capital ou para administrar o crescimento, demonstram em sua pesquisa que o tempo de preparação para que o empreendedor dê o *startup* em seu negócio não influencia significativamente o seu desempenho, o que reforça o aspecto de que o empreendedorismo é uma atividade que é exercida ao lidar continuamente com o risco e a incerteza.

De acordo com Dew e Sarasvathy (2007), o empreendedorismo e a inovação no mundo moderno são vistos como elementos-chave para o crescimento econômico. Há que se considerar, na visão desses autores, que é presente a destruição criativa de Schumpeter, no sentido de que novos processos de negócios tomam o lugar de antigos processos que, ao caírem em desuso, afetam os seus *stakeholders* gerando externalidades, sejam positivas ou negativas. Ainda, conforme Osborne (1987, p. 12), os empreendedores

[...] organizam. Esses indivíduos são coordenadores da inovação. Eles são engenheiros da imaginação e das idéias. São os administradores da ambigüidade e da incerteza. Eles são excelentes juizes do caráter e das pessoas. São prudentes calculistas da oportunidade e do risco, bem como da recompensa associada. Acima de tudo, eles têm a habilidade de produzir resultados, resultados esses que satisfarão as demandas sociais insatisfatoriamente atendidas.

De acordo com Walter (2005, p. 148) os empreendedores “são pessoas diferenciadas que possuem motivação singular, são apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser apenas “mais um” na multidão, querem ser reconhecidas, admiradas, referenciadas e imitadas”.

Por fim, Johnson (2001, p. 137) define empreendedor como:

um indivíduo que toma iniciativa; assume responsabilidade e propriedade por fazer as coisas acontecerem; é aberto e capaz de criar novidade; administra os riscos inerentes ao processo; têm persistência para ver coisas além da grande maioria, até mesmo quando enfrenta obstáculos e dificuldades.

Neste artigo, portanto, o empreendedorismo é encarado tanto como aquele direcionado para a criação de novos negócios quanto ao desenvolvimento de novas idéias, produtos e serviços; e empreendedor é entendido como o indivíduo ou o grupo de indivíduos que imaginam, criam, assumem responsabilidade e realizam ações ligadas ao empreendedorismo.

### 5.1 EMPREENDEDORISMO Étnico

Pode-se dizer que o empreendedorismo étnico é caracterizado pela utilização das características de uma etnia para gerar novos negócios, produtos ou serviços capazes de atrair recursos para o desenvolvimento local sustentável. Logicamente, o empreendedorismo étnico está relacionado à existência de empreendedores étnicos.

De acordo com Martes e Rodriguez (2004) os empreendedores étnicos são indivíduos que iniciam atividades empresariais no país para o qual imigraram, servindo principalmente à comunidade étnica a que pertencem.

[...] empreendedores imigrantes que obtiveram êxito são aqueles que sabem se mover com destreza em um duplo contexto, quais sejam, o contexto político-institucional do capitalismo de mercado e suas experiências socioculturais

adquiridas (*double embeddedness*). O desenvolvimento do empreendedorismo entre os imigrantes é muito útil no governo dos fluxos migratórios porque contribui seja na integração dos imigrantes nos casos em que decidem permanecer definitivamente no país para o qual migrou, seja na reintegração dos imigrantes no país de origem dotados com novas competências técnicas, gerenciais, capital econômico e social (diáspora étnica), nos casos em que decidem retornar ao país de origem. [...] Em cada grupo étnico, como em cada sociedade, existem indivíduos que têm propensão para a inovação empresarial, cujo êxito depende de uma multiplicidade de fatores contextuais. (MARTINELLI, 2007, p.3)

Corroborando a necessidade de compreender o ambiente no qual o imigrante insere-se Martes e Rodriguez (2004) explicam que enfrentam problemas maiores que outros empreendedores uma vez que começam suas atividades no ambiente relativamente desconhecido do novo país, eventualmente percebido como mais hostil e menos estruturado. Para suprir tais dificuldades os imigrantes encontram seus recursos na própria comunidade étnica da qual fazem parte, recursos estes originados nas características específicas do grupo étnico, seus valores, conhecimentos, habilidades, informação, solidariedade e ética profissional. O uso eficaz destes recursos étnicos é capaz de fomentar a criação e apoiar a sobrevivência de iniciativas de negócios na comunidade, bem como a construção e a manutenção de mecanismos de cooperação.

Tal cooperação conduz ao coletivismo cultural, caracterizado por Gambrel e Cianci (2003) como valores focados no grupo. Estes valores incluem (a) estabelecimento de prioridade para a integridade do grupo a fim de atingir as metas, (b) foco na interdependência dos membros, e (c) foco na harmonia do relacionamento como o grupo.

## 6 TURISMO ÉTNICO

O turismo étnico desenvolveu-se de forma organizada a partir do século XVIII, tem suas origens no *Grand Tour*, viagem organizada para jovens aristocratas ingleses que se dirigiam inicialmente à França para aprimorar sua cultura e conhecer a cultura local e, posteriormente, a outros países europeus. Além da cultura os visitantes observavam os traços étnicos, as tradições, os costumes e as peculiaridades de cada povo.

Apesar das origens deste tipo de turismo buscarem o conhecimento de culturas diferentes daquelas do turista, foi modificando-se e sofreu forte influência da busca de sua própria origem, turismo de raízes. No século XIX com a migração de famílias européias para outros continentes originou-se um novo segmento de turismo étnico, dos migrantes e de seus descendentes que se propõem a conhecer um pouco mais sobre suas origens, e acabam retornando à nação de descendência para resgatar os valores culturais.

Por outro lado, os imigrantes transmitiram sua cultura no local onde se fixaram, despertando o interesse dos outros povos pela sua etnia, os quais passaram a motivar-se a conhecer os locais colonizados.

A disseminação dos povos foi ampla, de forma que em um único país, como o Brasil, podem ser encontradas diversas etnias. Isso desperta o interesse dos turistas e fomenta o desenvolvimento desse tipo de turismo. Grünwald (2003) comenta que desde 1970 a etnicidade promovida entre certas populações com um reforço de tradições passaram à condição de chamariz turístico, e de desenvolvimento local do turismo.

Se o exótico, o outro, é procurado em lugares distintos do de origem do visitante, os habitantes desses lugares, de acordo com a perspectiva turística, devem se promover como esse exótico, a fim de ser atrativo no mercado turístico. Devem ter sinais diacríticos a exibir, a serem consumidos nesse amplo mercado. A construção, promoção ou fortalecimento de sinais diacríticos que caracterizam (que definem culturalmente) um povo é o próprio âmbito da etnicidade. (GRÜNEWALD, 2003)

Para o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2004) turismo étnico é a atividade turística destinada a favorecer a criação de correntes turísticas específicas para conhecer, conviver e integrar-se com as diferentes etnias formadoras da raça brasileira.

Desta forma, o turista que o pratica é um indivíduo que busca conhecimentos relacionados ao legado cultural do homem em diferentes épocas e manifestações. Assim sendo, o turismo étnico é uma subdivisão do turismo cultural ligada à motivação de conhecer características de etnias específicas.

O turismo étnico refere-se ao fluxo de turistas nacionais e internacionais que se deslocam centrados na motivação de suas origens étnicas locais e regionais e no legado histórico-cultural de sua ascendência comum. Mas, incluem-se os turistas que se deslocam com objetivos antropológicos para conhecer *in loco* as características étnico-culturais daqueles povos que se constituem o interesse de sua observação. (EMBRATUR, 2004)

Por fim, pode-se afirmar que toda viagem tem um fundo de caráter étnico, pois o turista, ao conhecer uma localidade, leva um pouco da cultura local de volta consigo.

Ao abordar o turismo étnico e procurar desenvolvê-lo numa localidade leva-se em conta o conceito de desenvolvimento local. Entende-se como desenvolvimento local o que adota uma concepção de economia plural, na qual se harmonizam pequenos e grandes negócios, formais e informais, enfim, o empreendedorismo, em busca de crescimento. Porém, extrapola-se o entendimento econômico abrangendo questões ambientais, geográficas e sociais. Demonstra-se a possibilidade de desenvolvimento local através da integração da cultura, da política, da economia e do ambiente. A esfera econômica é determinada através da participação dos diversos atores sociais locais e de ações empreendedoras que movimentam a economia local. O aspecto social trata da melhoria da qualidade de vida da comunidade, enquanto o âmbito cultural cuida da valorização destes aspectos locais e regionais. A dimensão geográfica engloba o uso e a ocupação do solo de forma planejada e organizada e a esfera política se incumbem da articulação das estratégias de desenvolvimento, conjuntamente com o aspecto institucional o qual refere-se às diversas organizações privadas e ONGs envolvidas no desenvolvimento local. Ao abordar tais dimensões recai-se no conceito de desenvolvimento sustentável do turismo.

Conforme Coelho (1995), o desenvolvimento local só pode acontecer, se respeitadas as especificidades de cada espaço sócio-cultural e de cada região onde ocorrer. O local não é apenas mais uma dimensão do desenvolvimento, e sim, o *locus* privilegiado em que ocorre esse crescimento de fato. O espaço local contém o passado e as possibilidades futuras, que se revelam a partir da participação dos diversos agentes e o uso dos recursos existentes.

No caso do turismo étnico o conceito de desenvolvimento local deve enfatizar além dos outros aspectos já mencionados, o aspecto cultural como foco central do processo. Enquanto a indústria necessita destruir para produzir, o turismo tem que preservar para produzir, deixando aos empresários do setor turístico a responsabilidade e o interesse em proteger o meio para que continue a existir. (RUSCHMANN, 2001). Neste caso específico a cultura é o recurso que mantém o desenvolvimento do turismo étnico.

A fim de estudar o desenvolvimento de empreendedorismo voltado para o turismo étnico apresenta-se, a seguir, o caso de Treze Tílias – SC, no qual o desenvolvimento dos empreendimentos foi fortemente influenciado pelo contexto no qual estava inserida a comunidade, bem como pelos indivíduos empreendedores que com sua personalidade, competência, força de vontade em realizar suas idéias, em parceria com o poder público transformaram todo o município num destino turístico étnico conhecido no país.

## 7 TREZE TÍLIAS - SC

Treze Tílias (*Dreizehnlinden*) é conhecida como o "Tirol Brasileiro", porque a música, as artes, a arquitetura, o folclore e as tradições trazidas da velha pátria permaneceram vivas na

comunidade. É a maior colônia austríaca do Brasil; são mais de cinco mil habitantes, a maioria descendente de imigrantes tirolezes. Situada no interior do Estado de Santa Catarina, no meio oeste do Estado, destaca-se como destino turístico pela cultura, arquitetura austríaca e pelas esculturas produzidas pelos artesãos locais.

Segundo a Fundação de Turismo Vale do Contestado (CONTUR, 2004), a riqueza das danças folclóricas tirolezas, o canto coral, os escultores de madeira, a gastronomia austríaca, a arquitetura alpina, a arte nas confecções e no artesanato, e a rede hoteleira, permitem ao visitante fazer de Treze Tílias um pólo turístico do Vale do Contestado.

São 17 ateliês de escultores e 6 de pintores que se espalham por Treze Tílias.

Desde a fundação, Treze Tílias vem se destacando na escultura de madeira, pois já no primeiro grupo de imigrantes os escultores estavam presentes. [...] A escultura de madeira desenvolveu-se especialmente nas famílias Moser e Thaler tornando-se uma atração à parte dentro da comunidade. Aos poucos outras pessoas também começaram a desenvolver a arte de esculpir em madeira e aos 5 de abril de 2002 o governo do Estado reconheceu Treze Tílias como a "Capital Catarinense dos Escultores e das Esculturas em madeira", através da Lei 12.144. (MOSER, 2004)

Nas esculturas e pinturas destacam-se técnicas típicas de regiões européias, em especial o Tirol, dentre elas as pinturas *bauernmalerei*, um tipo de pintura realizada pela classe operária na Áustria e na Alemanha.

O povo austríaco é conhecido por suas manifestações artísticas. Em Treze Tílias manifestam-se com: a Banda dos Tirolezes, o Coral *Tiroler Echo*, o Coral *Hobbysänger*, os Grupos de Canto Família Moser e *Edelweiss*, o Grupo do Auto de Natal, o Grupo de Teatro *Dreizehnlindner Dorfbühne*, os Grupo de Dança Folclórica Tiroleza *Schuhplattler*, Grupo de Dança Folclórica *Tiroler Platler*, Grupo de Danças *Lindental Tanz Group*, Grupo de Danças *Westphalen*, Grupo de Dança do *Jockey Club* Treze Tílias, Grupo de Danças Italianas *Volare*, *Alpen Máster Tanz Gruppe*, o Conjunto Musical *Los Alpinistas* e o Grupo de Cítaras *Zithergruppe Dreizehnlinden*. (LEMOS, 2004)

Desde 1929, viviam na região algumas famílias isoladas de austríacos. (GINTNER, 1993, p. 7). Posteriormente, novos imigrantes, provenientes de outras partes da Áustria, juntaram-se aos fundadores da colônia tiroleza. Batizaram o local de *Dreizehnlinden*, que significa Treze Tílias. A Tília é uma árvore típica do hemisfério norte da família das tiliáceas. Mas, o nome faz referência ao Poema de *Friedrich Wilhelm Weber*, intitulado *Die Dreizehnlinden*, cuja primeira impressão ocorreu em 1878.

#### 7.1 Estudo de Caso: Turismo étnico em Treze Tílias

Para conhecimento do desenvolvimento turístico de Treze Tílias foi realizado o estudo de caso (LEMOS, 2004). Utilizou-se a técnica de observação sistemática cujos instrumentos de coleta de dados foram informações documentais do município, entrevistas semi-estruturadas e aplicação de questionários aos empresários, à comunidade local e aos turistas. Desta população foi retirada uma amostra estratificada de cada um dos grupos mais significativos para a pesquisa. Foram elaborados três tipos distintos de questionários: um para os empresários locais, um para a comunidade e um para os turistas. Foi realizada entrevista com o representante do turismo no setor público local, secretário de turismo municipal, e com o pioneiro no desenvolvimento turístico que, na época, coincidiam com a mesma pessoa, Sr. Bernardo Moser. Realizaram-se entrevistas com dois herdeiros do fundador da comunidade, para justapor dados históricos e corroborar alguns dados obtidos em conversas informais com a comunidade e o empresariado.

#### 7.2 A Aplicação dos Instrumentos

As entrevistas foram realizadas de setembro a novembro de 2004. Foi possível

esclarecer e corroborar alguns fatos acerca da formação do município e da vocação municipal para o turismo, bem como os antecedentes históricos do desenvolvimento da atividade turística municipal.

Para o restante da amostra foram aplicados os questionários entre setembro e novembro de 2004, intencionando-se, compreender o processo de transição ocorrido durante o desenvolvimento turístico. Durante o período foram visitados 54 dos 61 estabelecimentos existentes no município, para observação e aplicação dos instrumentos de coleta dos dados relativos ao município de Treze Tílias – SC -, e seu desenvolvimento da atividade turística.

### **7.3 Resultados e Análise**

A análise é qualitativa com cortes transversais para coleta de dados (2000 e 2004) e análise ao longo do tempo, pois se pretendeu visualizar o processo evolutivo da atividade turística no município no período que se estende desde o início da implantação da atividade, em 1981, até 2004. O tratamento dos dados utilizou-se de análise de conteúdo e técnicas estatísticas de análise exploratória de dados.

#### **7.3.1 Início do desenvolvimento do turismo étnico**

De certa forma, Treze Tílias sempre recebeu muitos visitantes curiosos para conhecer a colônia austríaca. Para Bernardo Moser (2000), “o austríaco é por excelência um povo com vocação para o turismo, principalmente o morador dos Alpes, onde está o estado do Tirol, e de onde veio a grande maioria dos imigrantes de Treze Tílias”.

Conforme Comunello (2004), Andreas Thaler, o fundador da colônia, sempre almejou o desenvolvimento da cultura em Treze Tílias, bem como, o desenvolvimento de uma atividade como a turística.

Segundo os dados fornecidos por Bernardo Moser (2000), desde o início da colonização havia um pequeno hotel, construído pela família João e Berta Schöll. Porém o grande estímulo ao turismo étnico ocorreu em 1978. Na grande festa dos 45 anos de fundação da colônia austríaca, veio do Tirol o governador e conheceu o resultado do trabalho dos imigrantes. Para Moser (2000), baseado no que o governador do Tirol presenciou, pois os austríacos que vieram já estavam com idade avançada, viu-se que era urgente resgatar valores culturais que desapareciam, como o canto coral, o grupo de teatro em língua alemã e, principalmente, a arquitetura alpina que não existia nas construções. Por iniciativa do governador, foi formada uma comissão, responsável pelo intercâmbio com a velha pátria e pela recuperação das tradições austríacas na comunidade. Em 9 de maio de 1981, foi criada a Secretaria de Turismo do município de Treze Tílias - SC. A partir daí, iniciou-se a caminhada para fazer de Treze Tílias "O Tirol Brasileiro".

#### **7.3.2 Mudanças Estratégicas e Estruturais para desenvolvimento do turismo étnico**

Naturalmente, no princípio, houve muita resistência por parte dos proprietários, para revitalizar a cultura austríaca em Treze Tílias, principalmente quando se tratava dos aspectos arquitetônicos das residências, pois as reformas implicavam gastos financeiros. Mas o poder público encontrou algumas soluções para estimular tais atitudes.

##### **7.3.2.1 Mudança Estrutural de Padronização Arquitetônica: Estilo Alpino**

Ao ser construída a primeira casa típica alpina, a comunidade realmente pôde fazer uma avaliação do que significava uma construção característica. Logo, o Poder Público Municipal conseguiu uma lei que isentaria do IPTU (imposto pago sobre as propriedades e terrenos urbanos) por um período de cinco anos, a todo aquele que construísse uma casa no estilo alpino. Conforme sugestões e modelos de casas tirolesas os proprietários aplicavam alguns detalhes: beirais, sacadas, janelas com entalhes de madeira. (MOSER, 2000; 2004)

As casas típicas austríacas caracterizam-se pela utilização abundante de madeira nos telhados e nas varandas, predominantemente, são pintadas em branco e possuem belos jardins e flores nas varandas e sacadas. Os beirais são mais amplos que os das casas brasileiras tradicionais, protegendo os moradores das intempéries. Geralmente, possuem mais de um pavimento.

A isenção de IPTU somente para novas moradias gerou protesto por parte de pessoas que já haviam construído suas casas. A lei foi estendida para aqueles que fizessem apenas uma reforma, transformando-a em típica. Aos poucos os resultados começaram a aparecer. (MOSER, 2000; 2004)

Os turistas que já freqüentavam a região ajudavam a valorizar as casas, queriam bater fotos, elogiavam, incentivando os outros moradores a embelezarem suas residências. (MOSER, 2000; 2004)

Nessa época, já existiam aqueles que visitavam o local para ver as esculturas dos artesãos. Para Mariana Thaler Comunello (2004), “o turismo se fez devido à bagagem que a comunidade tinha, a arte. Veio como consequência do que já existia”. Mas, o seu diferencial eram as casas típicas. A cada construção típica que surgia dava-se grande ênfase e destaque. O município começava a apresentar um patrimônio arquitetônico de valor diferencial no Brasil.

A maioria das casas é em estilo alpino e espalham-se por todas as ruas. Mas, nas construções, o que mais chama a atenção são os detalhes. Ricas esculturas e adornos talhados em madeira enfeitam portas e janelas. Nos telhados, galos recortados em metal. E os sinos – como mensageiros de cortesia – estão presentes nas portas de residências e restaurantes. (ZOTZ, 2002, p.97)

Os detalhes na fachada, nas sacadas, nas cercas, nas portas e nas janelas são um diferencial cultural de Treze Tílias. Assim, foram introduzidos símbolos e detalhes nas casas, que mantêm as tradições do Tirol.

#### **7.3.2.2 Mudança Estrutural de Embelezamento do Município**

Na entrada da cidade uma das primeiras construções realizadas após a chegada do asfalto, em 1985, foi o portal. O desenho esboçado pelo então secretário de turismo, Bernardo Moser, procura levar o visitante a perceber que “está entrando em uma típica casa tirolesa, com sua varanda, flores e o campanário com o galo” (MOSER, 2004). Na entrada, os visitantes já são saudados em português e alemão, e na saída o tradicional *Komm Bal Wieder*, ou seja, volte sempre.

Na seqüência, para envolver cada vez mais cidadãos na caracterização do município, foi instituído o concurso do jardim mais bonito, tanto na cidade como no interior. A cada ano, no dia Municipal de Ação de Graças eram premiados os mais belos jardins.

Com o embelezamento da cidade, muitas casas ganharam as tradicionais floreiras nas janelas.

#### **7.3.2.3 Mudança Estratégica de Conscientização para Desenvolvimento Turístico**

Baseado em uma visão de futuro, o processo estratégico buscou o engajamento de figuras-chave da sociedade na busca da materialização dessa visão.

Segundo Moser (2000), além das visitas realizadas, pelo secretário e sua equipe, motivando a adesão ao estilo arquitetônico alpino e ao embelezamento dos jardins, para conscientizar a comunidade da necessidade de engajamento e participação no processo de desenvolvimento turístico do município, bem como o estímulo ao empreendedorismo, foram realizadas reuniões com:

- Professores: visando a mostrar a importância da atividade turística para o município e para os cidadãos e, conseqüentemente, a necessidade de ser trabalhado

o tema junto às disciplinas corriqueiras, bem como valorizar os elementos da cultura tirolesa. O trabalho junto às escolas e à Secretaria de Educação teve um efeito tão positivo que Treze Tílias conseguiu uma licença especial do Governo do Estado de Santa Catarina para incluir no currículo, desde o jardim de infância até a oitava série, a disciplina de língua alemã (na década de 90 foi um avanço, hoje um retrocesso, pois atualmente o estado não mantém mais a língua alemã e sim a inglesa).

- Crianças em idade escolar: objetivando conseguir a participação das crianças no cuidado com a cidade, além de trabalhar elementos de valorização cultural e temas ligados ao turismo.
- Empresários do setor turístico, até então de hotelaria, bares, restaurantes, comerciantes em geral, artesãos, escultores e artistas: com intuito de orientar a realização de melhorias no estabelecimento, no produto e até na qualidade de atendimento ao visitante. Além destes temas foi enfocada a questão cultural sempre ligada às características tirolesas que trariam ao local um diferencial competitivo. Os participantes eram estimulados a colocar suas sugestões, de modo que ao unir as intenções comuns começou-se a trabalhá-las e foram surgindo resultados.
- Mulheres da comunidade: com o intuito de unirem-se para confeccionar os trajes típicos dos Alpes. Foram trazidas do Tirol algumas vestimentas para servirem de modelos e, também, algumas peças de tecidos costuradas e bordadas. Primeiramente, os trajes eram usados nos shows e, logo foram sendo adotados pelos donos dos hotéis e pelos funcionários. Atualmente, todos os setores que atendem o turista utilizam os trajes típicos.

Diversas campanhas foram se sucedendo paralelamente às visitas às famílias e às reuniões.

#### **7.3.2.4 Mudança Estratégica e Estrutural de Empreendedorismo Local**

Com o turismo, os investimentos foram acontecendo em Treze Tílias. Muitos moradores que nunca haviam pensado em comércio, começaram a montar seu estabelecimento e produzir sua própria mercadoria. A cada empreendimento novo que se abria, mais pessoas eram atraídas a analisar o turismo como uma nova fonte de renda e de empregos.

No princípio, quando havia uma excursão, era reunido o grupo de danças folclóricas ou o de cantos e faziam-se pequenos shows. Desta forma, os grupos foram se consolidando e fazendo apresentações mais constantemente.

A rede hoteleira teve um papel importantíssimo no crescimento do turismo. O antigo Parque Hotel *Stern*, foi reativado, com nome de Hotel Tirol. Depois, foram construídos o Hotel *Alpenrose*, Treze Tílias *Park Hotel*, Hotel *Dreizehnlinden*, Hotel *Schneider*, Hotel Tílias do Sol, Hotel Áustria e a Pousada Campestre, além de outras seis pousadas. Existem residências que dispõem de apartamentos que são alugados para turistas, principalmente nos dias de festas, quando os hotéis ficam lotados. Atualmente, outras famílias locais estão construindo novos empreendimentos hoteleiros no município. (LEMOS, 2004)

#### **7.3.2.5 Mudança Estrutural de empreendedorismo voltado à Gastronomia Típica**

A gastronomia deu um salto significativo desde 1981, quando havia na cidade dois restaurantes. Em 2000, eram doze em atividade, servindo pratos típicos da culinária austríaca, em sua maioria. Em 2004, já existiam quatorze estabelecimentos gastronômicos. (LEMOS, 2004)

A maior parte dos pratos típicos vem de receitas que as famílias faziam em casa.

Pratos como *Gulasch*, *Spätzle*, *Schnitzel*, *Sauerkraut*, *Knödell*, *Hüttenschnau*, *Apfelstrudel* e *Scheiterhauffen*.

O *Scheiterhauffen* é uma sopa feita de sobras. É assado no forno, à base de maçã, leite, ovos, nozes e pão. A mãe fazia em casa. Hoje é feito nos restaurantes. Já veio até a Rede Globo para filmar, saiu no jornal do meio-dia, para o Brasil inteiro ver (MOSER, 2004).

Dentre os pratos típicos servidos destacam-se nos restaurantes:

O *hüttenschnau* ou a “comida caseira” austríaca, inclui chucrute, lingüiça defumada, batatas cozidas, pernil assado.

O *knödell* é uma espécie de bolinho de pão (parecido com nhoque) com lingüiça picada e temperos diversos, que pode ser servido com uma sopa ou com *gulasch*.

O *gulasch* é um molho de carne bastante temperado.

O *apfelstrudel* é um dos mais conhecidos doces austríacos, recheado com maçã.

#### 7.3.2.6 Mudança Estratégica de Costumes Locais

Com dinheiro circulando na cidade, as pessoas mudaram seus hábitos. Domingo era o dia de almoço com a família e passou a ser o dia de as famílias irem almoçar fora (THALER, 2004).

Fora o turismo, uma parte do dinheiro que circula na cidade vem da Áustria. Muitos jovens trezetilienses têm a oportunidade de fazer cursos de especialização em laticínios, hotelaria, língua alemã e outros, bem como a chance de trabalhar no país. Assim, grande parte da população tem dupla cidadania “O número de eleitores que votam por correspondência nas eleições austríacas é maior do que muitas aldeias austríacas; o crescente intercâmbio cultural e social contemplou Treze Tílias com a instalação de um Vice-Consulado” (GINTNER, 1993, p.26).

#### 7.3.2.7 Mudança Estratégica de Revitalização Cultural

Com esse ensino da língua alemã nas escolas, outras pessoas da comunidade, além dos descendentes austríacos, passaram a ter acesso ao idioma e à história da Áustria. Na cidade, a língua alemã é tão difundida que os descendentes de austríacos comunicam-se entre si de maneira bastante peculiar, utilizam-se tanto da língua alemã, quanto da portuguesa. Num diálogo, é comum que as frases sejam iniciadas em português e concluídas em alemão e vice-versa. Além disso, os moradores acabaram criando uma linguagem única em que passaram a “alemoar” palavras da língua portuguesa e “abrasileirar” palavras da língua alemã. Mudam o início das palavras de acordo com as palavras correspondentes na outra língua, ou conjugam alguns verbos da mesma forma (OLIVEIRA; LEMOS, 2004, p. 24).

Desde o início da colonização, em Treze Tílias havia a Banda dos Tiroleses.

A “Banda dos Tiroleses” fundada ainda no navio, no qual vieram os pioneiros, é um dos grandes expoentes do folclore trezetiliense. Até os dias atuais, a Banda nunca interrompeu suas atividades, sendo uma de suas características mais marcantes o repertório, formado das mais belas páginas musicais austríacas, trazidas de uma distância de cerca de 10.000 km. Realizando uma série de 30 apresentações anuais, dentro e fora do município, desde sua formação, a Banda foi dirigida ininterruptamente por Gabriel “Goberl” Hausberger, durante 43 anos e, a partir de 1981, por Bernardo Moser. (GINTNER, 1993, p. 16)

A dança tirolesa também foi trazida ao Brasil, em 1933, pelos imigrantes. O primeiro grupo a ser formado foi o Grupo de Dança Folclórica Tirolesa *Schuhplattler*. Esse grupo continua até os dias de hoje e tem como objetivo principal manter as tradições das danças.

Formado por jovens animadíssimos, apresenta de forma magistral as mais variadas danças folclóricas tirolesas, geralmente com o acompanhamento de cítara e com trajes típicos, as moças com o famoso “Dirndl”, saia multicolor, colete e avental. Os homens com suas “Lederhosen”, calças curtas de couro e suspensórios e o tradicional chapéu, enfeitado com algumas penas (GINTNER, 1993, p. 16).

O Hotel Tirol, sempre que recebia um grupo de turistas, além da comida típica, oferecia shows, mostrando canções e danças folclóricas austríacas, apresentados pelo Grupo Tirol Shows, formado pela Família Moser. O sucesso foi tão grande que os turistas passaram a cobrar o mesmo tratamento, quando se hospedavam em outro Hotel. Com a multiplicação de hotéis, também os grupos de shows foram aumentando. (MOSER, 2000) Em 2000, eram dois grupos de canto, o Família Moser e o Grupo *Edelweiss*, além dos corais mistos, Coral *Tiroler Echo* e Coral *Hobbysänger*. Os grupos de Danças Folclóricas também cresceram. Existem três grupos de danças austríacas, Grupo *Schuhplatler*, Grupo *Lindental* e Grupo *Tiroler Platler*. Além dos corais e grupos de dança, formaram-se grupos de teatro na localidade.

A harpa e a cítara, por serem instrumentos difíceis de tocar, eram privilégio de alguns músicos mais idosos. Jovens com talento musical e vontade de aprender foram para o Tirol; após retornarem, ensinam essa arte a outros jovens da comunidade. (MOSER, 2000)

As outras etnias existentes no município aos poucos resgataram suas tradições, com a formação de grupos folclóricos e as festas típicas. Até as tradições gaúchas foram valorizadas com um grupo de danças folclóricas e festas de rodeio e tiro de laço. Os alemães criaram o Grupo de Danças Folclóricas *Westphalen*, promovendo festas com gastronomia típica alemã. Os italianos, em grande número no município, criaram seu Grupo de Danças Folclóricas *Volare*, a Festa da Uva e outras festas com gastronomia italiana.

Com a valorização cultural “As pessoas criam orgulho de morar no lugar e criam raízes que se identificam com a cidade” (COMUNELLO, 2004).

A escultura de madeira sempre foi uma das grandes atrações existentes na cidade “com os famosos “*Herrgotschnitzer*”, ou seja, “Escultores do Senhor-Deus”, designação dada aos escultores sacros” (GINTNER, 1993, p.18). Desde a fundação a escultura fez parte das atividades artísticas da comunidade. Como nos grupos de canto e danças, os escultores multiplicaram-se. “Há uma grande variedade de obras e artistas, desde os que fazem minúsculas esculturas de animais até esculturas sacras com mais de 5m de altura, especialidade do escultor Godofredo Thaler” (GINTNER, 1993, p.18).

Hoje os jovens auxiliam seus pais na tarefa, e aos poucos surgem novos artistas, tanto que Treze Tílias é conhecida internacionalmente como Berço da Escultura Catarinense.

#### **7.3.2.8 Mudança Estrutural de Surgimento de Outros Novos Empreendimentos (EMPREENDEDORISMO)**

Aos poucos surgiram casas de artesanato, de lembranças, de chocolates, malharias, sorveterias, tudo em função do turismo. Atualmente, o número de empreendimentos e artistas vem aumentando em função dos filhos e netos dos primeiros imigrantes que também passam a exercer as profissões de seus antepassados.

Um dos grandes investimentos em que se envolveu a comunidade trezetiliense foram as termas de Treze Tílias, Termas Internacional Vale das Tílias, a água é mineral e vem do subsolo por um duto isolado, chegando à superfície com cerca de 36 graus Celsius. O parque aquático conta com mais de cinco mil metros quadrados, com estrutura de tobo-águas, rampa molhada, rio lento, piscinas para adultos e crianças, bar molhado, infra-estrutura para alimentação e descanso. Empresários e comunidade podem comprar cotas e associar-se. Os hotéis que possuem cotas vendem passaportes aos seus hóspedes para que passem o dia nas termas. (MOSER, 2004)

Treze Tílias até 2004 não tinha opções de vida noturna para a juventude. Inaugurou-se, então, a primeira cervejaria de Treze Tílias e a primeira micro-cervejaria do Oeste

Catarinense. São três ambientes, restaurante, bar e cervejaria e no sub-solo pista de dança, compondo o Restaurante *Edelweiss* e a Cervejaria *Bierbaum*.

No mesmo ano inaugurou-se o Parque *Lindendorf* com estrutura de lanchonete e restaurante que servem pratos típicos da cozinha austríaca, casa de shows para apresentação dos grupos folclóricos, trilhas na mata nativa, parque com animais e com uma mini-cidade que apresenta o relevo de Treze Tílias, inclusive com os córregos existentes.

#### 7.3.2.9 Mudança Estratégica de Divulgação de Treze Tílias

Importante neste processo de crescimento turístico foi a divulgação contínua do município nos grandes centros, principalmente em congressos, seminários e painéis de turismo nas mais diferentes localidades. O ato de levar o município aos agentes de viagens e mostrar o verdadeiro potencial é uma tarefa contínua.

A grande divulgação de Treze Tílias deveu-se, em 1991, à gravação da novela Ana Raio e Zé Trovão. Segundo Moser (2004),

Jaime Monjardim e o escritor da novela vieram à cidade para fazer sete capítulos. Conversaram comigo, fiz uma escultura na frente deles. Contamos do Natal de Treze Tílias. Depois, fizeram um show típico no Hotel Tirol, no qual foram presenteados com um Edelweiss. Ficaram encantados e mudaram a novela, foram 41 capítulos em Treze Tílias, nos quais houve desfile na rua principal, banda, grupos folclóricos, escultores e até o edelweiss foram incluídos.

A novela foi a maior propaganda que se pode realizar em Treze Tílias. [...] A cidade ficou conhecida em todos os cantos do país.

A participação no programa “Nações Unidas” na SBT durante seis finais de semana também contribuiu para a divulgação nacional de Treze Tílias. (MOSER, 2004)

Porém, desde o início a propaganda boca-à-boca é o meio de divulgação da cidade.

Os turistas que visitam Treze Tílias são em 70% da terceira idade. O período médio de permanência dos turistas na cidade é de um a dois dias. Nos meses de dezembro, janeiro e julho, período de férias, o predomínio é de turistas que se deslocam à cidade de forma particular, em sua maioria famílias que viajam de carro. Nos meses restantes a maior parte dos turistas chegam a Treze Tílias em excursões, organizadas por agências de viagens, provenientes de diversos estados brasileiros.

#### 7.3.3 Obstáculos Enfrentados

Ao longo dos anos os problemas enfrentados foram muitos. Primeiramente, os não descendentes de austríacos resistiram à construção de casa típica austríaca, porém os incentivos fiscais deram resultados positivos. Outro obstáculo era a política, pois dois partidos disputavam o poder no município. O perdedor tentava sabotar as iniciativas de quem estava no poder. Depois fizeram coligações, envolvendo as alas políticas.

Todavia, os maiores problemas são com aqueles que não estão envolvidos com nenhum segmento da área do turismo. Constantemente, empresários e moradores precisam ser visitados e motivados a participarem do contexto global da cidade para que percebam os benefícios indiretos do turismo étnico dos quais toda a região usufrui. Há que lembrá-los que o embelezamento, a infra-estrutura melhoraram principalmente para os moradores, depois para o turista.

#### CONCLUSÃO

O turismo étnico em Treze Tílias ocorreu devido ao empenho do poder público, do empreendedorismo dos cidadãos e do estímulo à cultura local. Iniciou com um aglomerado de ateliês de escultores, de forma espontânea e de pessoas que visitavam a região para ver e comprar as peças. Após a atuação de agentes articuladores (Secretaria Municipal de Turismo)

passa a um processo coordenado, sucedendo-se mudanças estruturais e estratégicas.

Dentre as mudanças estruturais mais significativas houve padronização da arquitetura para o estilo alpino, melhorias nos acessos ao município, embelezamento, implantação de estabelecimentos hoteleiros, ampliação e melhorias nos ateliês dos artistas, surgimento de casas de artesanato, de vendas de lembranças, estabelecimentos gastronômicos e valorização da cultura local.

Nas mudanças estratégicas evidencia-se: valorização da cultura local, embelezamento municipal; realização de eventos e conscientização.

Verifica-se o estímulo ao empreendedorismo étnico, gerando novos negócios e criando empregos formais e informais na comunidade, incluindo, desta forma, os menos privilegiados no processo.

No caso de Treze Tílias, visualizou-se que:

- O poder público municipal cria projetos e campanhas para desenvolvimento turístico, regulamenta e fiscaliza a atuação dos outros envolvidos e coordena o desenvolvimento turístico, conduzindo a uma visão comum de futuro. É o responsável por implantar a infra-estrutura de saneamento básico, de segurança, de acessibilidade à região, o paisagismo e os serviços básicos para desenvolvimento do turismo.
- Os empresários investem no turismo, preocupam-se em oferecer produtos e serviços de qualidade aos visitantes e divulgá-los. São os responsáveis pelos novos negócios e pelo incremento dos empregos formais, fomentando a busca por profissionais capacitados para os hotéis, pousadas, restaurantes, lanchonetes, casas de artesanato, serviços de turismo receptivo e pela demanda dos empregos informais.
- A comunidade participa ativamente do desenvolvimento do turismo. E forma uma rede de serviços, tais como: fornecimento de alimentos, apresentações culturais, criação de produtos artesanais e artísticos, confecção de trajes típicos, dentre outros.
- A associação de turismo, as instituições de ensino participam das campanhas e projetos da iniciativa pública e privada, conscientizam e estimulam os agentes locais para o desenvolvimento das estratégias adotadas.

Tendo em vista estes aspectos percebe-se que em Treze Tílias o desenvolvimento econômico existe, acompanhado da preocupação dos agentes locais com o desenvolvimento social e cultural. A estratégia pública foi desencadeada segundo uma visão elaborada, porém incorporada à forma de vida local. Ações planejadas, coordenadas e integradas envolvem a todos. O aspecto cultural ligado à etnia fortaleceu-se, o município foi embelezado. O desenvolvimento turístico na região estimulou modificações e propiciou a oportunidade de novos negócios, de mais empregos e de aumento de renda para a população, bem como o fortalecimento dos empregos informais. Porém, o desenvolvimento local só tornou-se possível devido ao engajamento dos indivíduos da comunidade que, por meio de novas idéias estruturaram novos negócios que valorizaram a etnia específica dos principais imigrantes, bem como abriram espaço para as outras etnias existentes fortalecerem-se. É esta parceria entre os indivíduos da comunidade e o poder local que estimulou o empreendedorismo local que garante o bom funcionamento do turismo étnico em Treze Tílias.

#### REFERÊNCIAS

BENEDETTI, M. H.; REBELLO, K. M. R.; REYES, D. E. C. **Empreendedores e Inovação: Contribuições para a Estratégia do Empreendimento.** In: In: XXIX Encontro da ANPAD, 2005, Brasília - DF. Anais do XXIX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2005.

- BETTIS, R. A.; HITT, M. **The new competitive landscape**. In: Strategic Management Journal, Baffins Lane, England, v. 16, Summer Special Issue, p. 7-20, 1995.
- BINDER, M. P. **Empreendedorismo e Visão Baseada em Recursos: Uma Nova Perspectiva de Análise**. In: Anais do XXXI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- COELHO, F. D. **Reorganização do Território e Desenvolvimento Local**. In: Revista Proposta. Rio de Janeiro, Fase, v.23, n.65, jun 1995
- COMUNELLO, M. T. Neta do Fundador de Treze Tílias – Andreas Thaler – e escultura. Entrevista concedida. Treze Tílias. 06 set. 2004.
- CONTUR – Fundação de Turismo Vale do Contestado. **Vale do Contestado: Conheça o coração turístico de Santa Catarina**. Caçador: Visare Comunicação, [s.d.].
- COOPER, A.; MEHTA, S. **Preparation for Entrepreneurship: Does It Matter?** In: The Journal of Private Equity; Fall 2006, 9, 4, ABI/INFORM Global.
- CORDEIRO, A. T., PAIVA Jr., F. G. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira**. In: Anais ENANPAD 2003. Atibaia: ANPAD, 2003.
- DEW, N.; SARASVATHY, S. D. **Innovations, Stakeholders & Entrepreneurship**. In: Journal of Business Ethics. Springer, 2007. 74:267-283.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**. 5. ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 1998.
- EMBRATUR. **Turismo étnico**. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 02 maio 2004.
- FILION, L. J. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. In: Revista de Administração de Empresas – RAE. São Paulo, v. 31. n. 3, 1991.
- GINTNER, L. J. **Gemütlichkeit & Saudade: Breve História de Treze Tílias e Memórias da Primeira Infância**. Rio de Janeiro: Edição do Autor, 1993.
- GRAMBREL, P. A.; CIANCI, R. **Maslow's Hierarchy of Needs: Does It Apply In A Collectivist Culture**. In: Journal of Applied Management and Entrepreneurship; Apr 2003; vol. 8, n. 2.
- GRÜNEWALD, R. A. **Turismo e etnicidade**. In: Horizontes Antropológicos. V. 9, n. 20. Porto Alegre, out. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 20 jun. 2006.
- KIZNER, I. **Competition and Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- LEMOS, I. S. **Estratégias competitivo-cooperativas para o desenvolvimento regional sustentável via turismo - o caso de Treze Tílias – SC**. Dissertação do Programa de Mestrado em Administração, Área de Concentração em Administração Estratégica. Curitiba: PUCPR, 2004.
- MARTINELLI, A. **Uma Perspectiva Italiana do Empreendedorismo: Entrevista com Alberto Martinelli**. Entrevista concedida a Maurício C. Serafim; Isabela Leão. RAE-Eletrônica, v.6, n.2, art. 17, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.rae.com.br>. Acesso em: 1 nov. 2007.
- MINTZBERG, H. et. al. **Safari de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MOSER, B. Primeiro Secretário Municipal de Turismo, secretario em 2004 e Escultor. Entrevista concedida. Treze Tílias. 04 set. 2004.

\_\_\_\_\_. Primeiro Secretário Municipal de Turismo e Escultor. Entrevista concedida. Treze Tílias. 01 dez 2000.

OLIVEIRA, A. H.; LEMOS, I. S. **Ecoturismo em Treze Tílias: Uma Oportunidade de Negócios**. Curitiba: PUCPR, 2004.

OLIVEIRA, A. M.; SANABIO, M. T. **Compreendendo o fenômeno do empreendedorismo: uma análise das escolas do Pensamento Empreendedor**. In: EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 4., 2005, Brasília. Anais... Curitiba: 2005, p. 111-121.

OSBORNE JR, A. E. **Understanding Entrepreneurship**. In: Business Forum. Fall 1987; 12, 4; ABI/INFORM Global.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora**. In: EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220.

PETERSON, R. **Raising Risk-takers**. In: Metropolitan Toronto Business Journal, v. 75, n.7, 1985.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. 8 ed. Campinas: Papirus, 2001.

SAY, J. B. **Tratado de Economia Política**. Os Economistas. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico**. Os Economistas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. Academy of Management Review, v. 25, n. 1, p 217-226, 2000.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Disponível em <<http://www.eps.ufsc.br>>. Acesso em: 18 jul. 2003.

THALER, W. Bisneto do Fundador de Treze Tílias – Andreas Thaler –, escultor e ex-Secretario Municipal de Turismo. Entrevista concedida. Treze Tílias. 06 set. 2004.

WALTER, S. A.; SCHMIDT, C. M.; WITTE, A.; TONTINI, G.; DORNELAS, J. C. A. Empreendedor *start-up* x empreendedor corporativo: Um enfoque na literatura sobre suas diferenças e semelhanças. In: MACHADO, D. D. P. N.; HOELTGEBaum, M. (orgs.) **Gestão em Empreendedorismo**. Blumenau: Nova Letra, 2005.

ZOTZ, W. **Gente Catarina: Origens e Raízes**. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2002.