

## **SANTA CLARA, A COOPERATIVA DE LATICÍNIOS MAIS ANTIGA DO BRASIL E A CRIAÇÃO DO PARQUE TEMÁTICO TURÍSTICO-CULTURAL NA SERRA GAÚCHA**

**Francielle de Lima<sup>1</sup>**

**Edegar Luis Tomazzoni<sup>2</sup>**

**Universidade de Caxias do Sul (UCS) RS**

**Resumo:** A competitividade dos empreendedores do turismo consiste em visualizar oportunidades e em envolver a comunidade, visando ao fortalecimento da identidade local para diferenciação no mercado. O objetivo deste artigo é analisar o projeto do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara, complemento do Memorial Santa Clara, a ser inaugurado em 2012, por ocasião dos 100 anos da mais antiga cooperativa de laticínios do Brasil, em Carlos Barbosa, na Serra Gaúcha. O método é de natureza qualitativa, de caráter exploratório, e o estudo foi por meio de revisão bibliográfica e documental. Como pesquisas de campo, realizaram-se observação direta, observação participante e revisões de outros estudos sobre o mesmo objeto. O fortalecimento dessa nova segmentação turística no município justifica-se em razão dos elementos da dimensão cultural do turismo, evidenciados pela proposta.

**Palavras-chave:** Parque Temático. Segmentação. Turismo Cultural. Fazendinha Santa Clara. Carlos Barbosa (RS).

### **Introdução**

Para a transformação de recursos naturais e culturais em atrativos, de modo a constituírem roteiros e produtos turísticos, a segmentação é estratégia fundamental. A diversificação da oferta turística em relação às tendências da demanda contribui para a expansão do mercado, por meio da prospecção de segmentos turísticos, que são definidos com base na articulação entre as características da demanda e nos elementos da oferta.

Com base nessas visões, e em razão da comemoração dos 100 anos da mais antiga cooperativa de laticínios do Brasil, a diretoria da Cooperativa Santa Clara, localizada no município de Carlos Barbosa, na Serra Gaúcha (RS) idealizou e, em 2012, implantará o Memorial Santa Clara que consiste em um complexo turístico-cultural com acervo de objetos antigos, documentos, fotografias e relatos sobre a temática “leite e queijo”.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – RS. E-mail: franma@brturbo.com.br

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação com ênfase em Turismo e Desenvolvimento Regional, pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP). Docente do Mestrado em Turismo e do Bacharelado em Turismo na Universidade de Caxias do Sul (UCS).

Ao analisar o projeto (Memorial Santa Clara) e por meio de reuniões com os diretores da Cooperativa, percebeu-se que, em seu planejamento inicial, o Memorial poderia levar o turista a uma participação passiva, porém, a ideia da diretoria da Cooperativa era justamente o contrário. Assim, surgiu-se a elaboração do pré-projeto Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara, utilizando a potencialidade da existente Fazendinha virtual, motivando uma atitude interativa do turista e envolvendo os segmentos de turismo cultural, turismo pedagógico, turismo de lazer e turismo rural em um único atrativo.

A análise do pré-projeto do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara, denominada também Fazendinha real, consiste no objetivo geral deste artigo, e como objetivos específicos, apresentam-se propostas para a complementação do projeto Memorial Santa Clara, por meio de contribuições dos referenciais teóricos da dimensão cultural do turismo. A criação de um ambiente autêntico, que caracterize as culturas das imigrações italiana e alemã, proporcionará diversas atividades educacionais e culturais e contribuirá para a roteirização, já que o produto turístico proposto localiza-se estrategicamente próximo ao projeto cultural Memorial Santa Clara.

Para a elaboração da proposta da Fazendinha real, primeiramente pensou-se na sua localização e definiu-se uma área de propriedade da Cooperativa em meio rural. Ao justificar a definição da localização, enfatizou-se a segmentação do turismo cultural. Para a Fazendinha Santa Clara real, o turismo cultural sintetiza as outras segmentações, mantendo a coerência e a originalidade da proposta.

A justificativa para a elaboração da proposta do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara (ou Fazendinha real) é estimular os sentimentos dos visitantes, das pessoas da comunidade local e regional, isto é, despertar seus imaginários e memórias, buscando integrá-los e incluí-los nesse contexto histórico, além de incitar o orgulho e a autoestima daqueles que vivenciaram a história que faz parte dos valores da comunidade.

O método de estudo é de natureza qualitativa, de caráter exploratório e foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica e documental. Para análise das potencialidades do projeto, aplicou-se quadro dos elementos da dimensão cultural do turismo, que abrange: aspectos históricos, acervos e incentivos, estética, produtos e atrativos, animação, motivação e satisfação da comunidade. A pesquisa de campo foi

por meio de observação direta e também de observação participante. Utilizaram-se estudos sobre a arquitetura e a história do lugar. Por meio da *internet*, observaram-se outros parques temáticos do Brasil e do mundo, visando à contextualização do objeto de estudo nas tendências atuais do mercado.

### **Segmentação do Turismo**

Por ser um complexo fenômeno social, o turismo estabelece muitas relações com outras áreas do conhecimento, tornando-se interdisciplinar. Para Panosso Netto e Lohmann (2008), é impossível para qualquer empresa do setor de turismo alcançar todo o público que estaria disposto a consumir seus produtos. Então, para atingir de maneira mais confiável e eficaz os potenciais consumidores, as empresas recorrem às segmentações do mercado. Para os autores, “a segmentação de mercado é uma estratégia de *marketing* que divide os consumidores em segmentos ou sub-segmentos, de acordo com critérios preestabelecidos na busca da otimização dos recursos existentes nas relações entre demanda e a oferta”. (PANOSSO NETTO e LOHMANN, 2008, p.164).

Para a transformação de recursos naturais e culturais em atrativos, de modo a constituir roteiros e produtos turísticos, a segmentação é a estratégia principal. Ansarah (2000) destaca que as formas de segmentar o mercado turístico já foram levantadas por vários estudiosos, entretanto, aqui, não serão retratadas todas as segmentações. Destacar-se-ão o turismo rural, o turismo cultural, o turismo de lazer e o turismo pedagógico, em razão de serem os principais segmentos da proposta da Fazendinha Santa Clara .

Para contextualizar as segmentações envolvidas no projeto, apresenta-se abordagem conceitual de parque temático. A indústria de parques temáticos no Brasil é recente e tem apresentado índices de crescimento acelerado. Parque temático é “um mundo mágico que tira o visitante do cotidiano e proporciona entretenimento para adultos e crianças num ambiente onde há temas diferenciados, além de personagens que são as suas almas. É um lugar onde o bom humor, a descontração, o lazer e a recreação estão sempre presentes, e é este o objetivo principal”. (ANSARAH, 2000, p. 97).

Os parques em geral destinam-se a fins científicos, culturais, educativos e recreativos. Podem ser classificados em móveis (geralmente de diversão), fixos

(temáticos ou de diversões) e aquáticos. Os fixos ainda podem se sub-classificar em *indoors* (parques fechados) e *outdoors* (parques abertos).

A tematização é entendida como “o processo de ressaltar a identidade cultural de determinados produtos, atrativos, lugares e regiões a partir de um tema, gire ele em torno de um personagem, monumento histórico ou um evento econômico específico” (BRASIL, 2008b, p.33). Com base nessa definição e para a elaboração de um projeto temático, é importante ressaltar que, para ser sustentável, o atrativo turístico-cultural deve ser fundamentado na identidade e nos valores autênticos da comunidade local.

A definição de turismo rural abordada para o projeto consiste no turismo praticado em áreas rurais, e que proporciona aos visitantes oportunidades de participar das atividades próprias da zona rural, como: andar a cavalo, ordenhar vacas, passear de carroça, tomar banho de rio ou cachoeira, caminhar pelos campos, comer churrasco, tomar chimarrão, etc. (OLIVEIRA, 2001, p.84).

A concepção de meio ou área rural segundo o Ministério do Turismo (2008a), baseia-se na noção de território com ênfase no critério da destinação da terra e na valorização da ruralidade. A sociedade estabelece valores ao rural, e esses contemplam as características gerais do meio rural, como a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e o modo de vida, identificados pela atividade agrícola, à lógica familiar, a cultura comunitária e a identificação com os ciclos da natureza (BRASIL, 2008a).

A existência da ruralidade vinculada ao uso da terra e à prestação de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural, faz com que as características rurais passem a ser entendidas de outra forma que não apenas focadas na produção primária de alimentos. Além do comprometimento com as atividades agrícolas, o turismo rural caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural.

Segundo o Ministério do Turismo (2008b), pode-se dizer que a relação turismo e cultura fundamentam-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas, e o segundo é a possibilidade de o turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do patrimônio e da promoção econômica de bens culturais.

### **Dimensão cultural do turismo**

Para Barretto (2008, p.19), turismo cultural é “aquele em que o principal atrativo é algum aspecto da cultura humana. Esse aspecto pode ser a história, o cotidiano, o artesanato, ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito de cultura abrange”.

Na identificação e reconhecimento dos patrimônios, a comunidade representa o elo fundamental e indispensável na coleta de informações sobre sua história e sua vivência. O próprio cotidiano pode-se constituir em atrativo turístico. Para o desenvolvimento cultural, a comunidade tem seus costumes, fazeres e saberes reconhecidos por meio do turismo. Os ensinamentos de Pires (2001) sobre ambientação de base histórica e de Murta e Goddey (2002) sobre interpretação de patrimônio contribuem para o turismo de lazer de fundamentação pedagógica e para a animação turística. As atividades turístico-culturais para estudantes podem contemplar a interatividade com o cotidiano da vida no meio rural.

Pires (2001) sugere que os produtos culturais de hoje devam ultrapassar as barreiras de simples locais de cultura para lugares atraentes do ponto de vista da visitação turística, além de continuar sendo um centro de estudos específicos e divulgadores de conhecimentos. Pires (2001) aborda a ambientação de base histórica (*living history*) como a utilização de recursos de ambientação (cenografia, vestuário, iluminação, música, alimentação e dramatização) para o aproveitamento de bens arquitetônicos, visando à criação de uma atmosfera consoante com a época, motivando o visitante a uma postura ativa. Para Pires (2001, p.59), a “ambientação de base histórica não deve ser vista apenas como mais um atrativo turístico, mas como um elemento que pode ser decisivo na estratégia mercadológica da destinação”.

Fortalecendo e acrescentando mais um aspecto à participação ativa dos visitantes e um novo modelo de museus e patrimônios culturais, Murta e Goddey (2002, p.13) incutem a ideia de interpretação do patrimônio, que segundo as mesmas autoras, “é o processo de acrescentar valor à experiência do visitante, por meio do fornecimento de informações e representações que realcem a história e as características culturais e ambientais de um lugar.” Mais do que “interpretar é revelar significados, é provocar emoções, é estimular a curiosidade, é entreter e inspirar novas atitudes no visitante, é

proporcionar uma experiência inesquecível com qualidade”. (MURTA e GODDEY; 2002, p.14).

No quadro a seguir, sintetizam-se os elementos da dimensão cultural do turismo.

### **Elementos da Dimensão Cultural do Turismo**

Na dimensão cultural, os elementos destacados são aspectos históricos, acervos e incentivos, estética, produtos e atrativos, animação, motivação e satisfação da comunidade.

#### **Aspectos históricos**

Registros dos fatos da história das comunidades locais e dos municípios em publicações diversas existentes em arquivos e bibliotecas locais, desde a fundação, identificando personalidades, realizações, origem e razão do perfil econômico e dos patrimônios culturais. Valorização da história como atrativo turístico, por meio da inclusão de conteúdos na educação e qualificação de profissionais (guias, agentes, recepcionistas, jornalistas).

#### **Acervos e incentivos**

Organizações e instituições de pesquisa e valorização de patrimônios. Arquivos contendo inventariamentos de todas as manifestações culturais, desde patrimônio histórico arquitetônico, até formas de expressões como lendas, dialetos, mitos, crenças, tradições e religiões; estudos de fundamentação estética e histórica por especialistas – historiadores, arquitetos, sociólogos e antropólogos; leis de incentivo à preservação e ao tombamento do patrimônio histórico; elaboração de projetos culturais para leis de incentivo, considerando parcerias com investidores.

#### **Estética**

Conservação do patrimônio histórico arquitetônico, abrangendo os mais diversos tipos de construções – prédios, praças, monumentos; manutenção dos parques, praças, ruas e avenidas, visando a tornar as cidades acolhedoras e agradáveis; existência de museus, diagnósticos e preservação de acervos de peças; criação e manutenção de museus.

#### **Produtos e atrativos**

Produção e comercialização de artesanato, tendo em vista o mercado turístico; qualidade e originalidade da gastronomia; roteiros culturais urbanos e rurais (passeios); inovação em propostas de ambientação cultural de espaços turísticos (hotéis, restaurantes, praças); com inspiração nas identidades estéticas locais; criação de atrativos temáticos com ambientação cultural de base histórica.

#### **Animação**

Realização de atividades de lazer e entretenimento cultural, por iniciativa de empresas como hotéis, bares e restaurantes, como fator de agregação de valor aos serviços turísticos e de animação (oportunidades a grupos de música, teatro, dança e cantos populares); realização de eventos de fundamentação cultural e histórica local, como festivais, exposições, espetáculos musicais e teatrais.

#### **Motivação e satisfação da comunidade**

Fortalecimento da auto-estima, proporcionado pelo turismo cultural à comunidade local; relação entre comunidades rurais e comunidades urbanas, considerando preconceito, rejeição ou valorização cultural; impactos da relação entre comunidades e turistas.

#### **Quadro 1 – Elementos da Dimensão Cultural do Turismo (Tomazzoni, 2009).**

Tomazzoni (2009) apresenta o modelo de análise da dimensão cultural do turismo, reunindo os elementos: aspectos históricos, acervos e incentivos, estética,

produtos e atrativos, animação, motivação e satisfação da comunidade. Esse modelo sintetiza os aspectos do referencial teórico a ser aplicado ao estudo de caso deste artigo.

### **Cooperativa Santa Clara no município de Carlos Barbosa (RS)**

Conforme Carlotto e Galiotto (1995), em 15 de maio de 1911, um grupo de 17 agricultores rurais, que tinham produção familiar de leite reuniram-se para estudar a possibilidade de trabalhar de modo cooperado, fortalecendo a representatividade. Assim, criaram a pequena fábrica de queijo e manteiga com o nome de “Latteria Santa Chiara”, na comunidade de Santa Clara, que na época pertencia ao 4º Distrito de Montenegro e hoje pertence ao município de Carlos Barbosa. A empresa se expandiu e, por consenso de seus fundadores, no dia 10 de abril de 1912, fundou-se a Cooperativa de Laticínios União Colonial Ltda.

Em 1943, foi fundada a Cooperativa de Trigo de Carlos Barbosa, voltada para a atividade agrícola e moagem de trigo, milho e beneficiamento de arroz. Em 1944, passou a ser a Cooperativa Agrícola Carlos Barbosa Ltda. Como a grande maioria dos fundadores dessa última Cooperativa também eram fundadores da União Colonial, e reforçada pela política de incorporações e fusões de cooperativas, no dia 15 de março de 1975, realizou-se a fusão da Cooperativa de Laticínios União Colonial com a Cooperativa Agrícola Carlos Barbosa, constituindo a Cooperativa Agropecuária Carlos Barbosa Santa Clara Ltda. (AGROCLARA). Em 9 de setembro de 1977, o seu estatuto social foi alterado, e sua razão social passou a ser Cooperativa Santa Clara Ltda., com o nome fantasia Santa Clara.

A Cooperativa Santa Clara Ltda. é a cooperativa de laticínios mais antiga do Brasil. Possui 1.268 funcionários, 4.384 associados e 2.980 produtores. Suas atividades estão concentradas nas áreas de laticínios, frigorífico, rações e doces de frutas.

O município de Carlos Barbosa<sup>3</sup> tem 23.962 habitantes (IBGE 2008) e área 248 km<sup>2</sup>. Localiza-se na Região Uva e Vinho, Serra Gaúcha, nordeste do Estado do Rio

---

<sup>3</sup> O município de Carlos Barbosa localiza-se a 104km de Porto Alegre, a 100km de Gramado, a 40km de Caxias do Sul, a 15km de Bento Gonçalves e a 5km de Garibaldi. As vias de acesso ao município são as RS-446, RS-453 e RS-470. Segundo dados do IBGE (2001), suas principais atividades econômicas estão divididas em indústria 59,93%, agropecuária 10,16%, comércio 4,26% e serviços 25,65%.

Grande do Sul. Seus atrativos turísticos<sup>4</sup> são patrimônios históricos, culturais e naturais. O principal evento, Festiqueijo, originou-se da Festa do Leite (1976). De frequência anual, no mês de julho, sua programação consiste em degustação de queijos e de vinhos da Serra Gaúcha e de animação por artistas da região. Carlos Barbosa é referência na elaboração de queijos nobres, e o Festiqueijo contribui para o reconhecimento cultural e gastronômico do município e da região.

### **Memorial Santa Clara**

O objetivo do projeto Memorial Santa Clara é a preservação da memória e da história da Cooperativa Santa Clara, como forma de celebrar seu primeiro século de existência. O espaço para o visitante é dinâmico e interativo, com recursos de áudio, vídeo e com objetos que reconstituem a trajetória cooperativista local. O espaço físico que sediará o Memorial são os prédios históricos, com dois andares, onde a Cooperativa iniciou suas atividades em 1912, quando ainda se chamava *Latteria* Santa Chiara. A restauração e a preservação do patrimônio arquitetônico também são objetivos do Memorial, assim como a conservação do seu acervo.

Entre os principais envolvidos no projeto estão os associados, a diretoria, os colaboradores, os parceiros, os clientes e as comunidades dos municípios de atuação da Cooperativa. A Associação dos Ex-Queijeiros de Santa Clara é participante especial. O projeto do Memorial Santa Clara é coordenado pelo Departamento de Marketing da Cooperativa, com apoio técnico da empresa *i TUR* Consultoria e Assessoria em Turismo.

De acordo com a página virtual do Memorial<sup>5</sup>, o projeto está baseado em três temáticas: 1<sup>a</sup>) apresentação da história, sistematizada por meio de registro de objetos, fotos, documentos, vídeos e entrevistas; 2<sup>a</sup>) destaque para o espírito comunitário, uma vez que o desenvolvimento das comunidades local é uma das prioridades da

---

<sup>4</sup> Entre seus principais atrativos turísticos históricos e culturais estão o Parque da Estação (1908), Igreja Nossa Senhora Mãe de Deus (1943), Moinho São José (1887), Morro do Calvário (720m), Gruta Nossa Senhora de Lurdes da Linha 19 (1929), Capitel Santa Bárbara (1921), Capitel São Roque (1923), Casario Histórico Enxaimel de Paraguaçu (1870 – 1885), Réplica da Ponte Seca, Escultura do Imigrante Metalúrgico, Granja Cichelero, Granja do Biso e Capela Santo Antão de Abade (1882). Em seus atrativos naturais encontram-se a Cachoeira Santa Luiza (75m), Morro do Diabo (665m) e o Morro 29 (655m).

<sup>5</sup> Disponível em [www.memorialsantaclara.com.br](http://www.memorialsantaclara.com.br)



Cooperativa; 3<sup>a</sup>) oferta de atividades educativas e culturais relacionadas à temática do leite e do queijo.

### **História da localidade do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara**

O Sítio Dotta é o local do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara. Schneider<sup>6</sup> (2009) realizou pesquisa sobre as edificações e a área de quase quatro hectares, na localidade de Santa Clara, interior de Carlos Barbosa, antiga Colônia Santa Maria da Soledade<sup>7</sup>. O Sítio foi adquirido pela Cooperativa Santa Clara em 2008.

A Colônia Santa Maria da Soledade ocupa a região superior do Arroio Forromeco, em terras cortadas pela Serra Geral, portanto, bastante montanhosa. Na época da colonização, recebia imigrantes de diversas etnias, era importante núcleo comercial, possibilitando o escoamento da produção local. O imigrante italiano Antônio Dotta e sua esposa Luiza Migot Dotta chegaram à localidade de Torino, pertencente a Montenegro, em fins do século XIX, sendo que, alguns anos depois, mudaram-se para a localidade de Santa Clara.

Seu filho Amadeu Dotta e sua esposa Amábile Comparsi herdaram as terras. Em seguida, Amadeu resolveu migrar para Santa Catarina, e as terras e as edificações foram adquiridas por seu irmão Arthur Benvenutt Dotta e sua esposa Augusta Misturini Dotta. Arthur era um dos filhos mais novos de Antônio Dotta e, na época, morava em linha Brasília Vitória. Veio com toda a sua família (sete filhos): Clara Maria, Severino, Italino, Lourdes Dotta Canal, Ermelindo Dotta e Zenilda Dotta Pradella. O ano era 1940.

Italino nasceu em 4 de novembro de 1932 e lembra que seu avô, Antônio, havia falecido um ano antes. Para Italino, as edificações tiveram alterações e conservam-se com as características originais de 1940, quando migraram para essa área. Uma das características marcantes do sítio Dotta era a grande quantidade de animais e de plantas frutíferas. Em relação ao valor arquitetônico, as edificações originais do lote são remanescentes do 3º período denominado de “apogeu”, em função da consolidação da colonização, mostrando maior riqueza por parte dos colonos.

---

<sup>6</sup> SCHNEIDER, Cristina. Sítio Dotta. Pesquisa realizada para o Memorial Santa Clara. Cooperativa Santa Clara. Carlos Barbosa, 2009.

<sup>7</sup> Escritura de Cessão onerosa de direitos hereditários, nº 3.847, folha nº175, Livro nº23 de Contratos do Tabelionato de Carlos Barbosa datada de 28 de outubro de 2008.

A arquitetura derivada desse período, que vai de 1890 a 1930, caracteriza-se pela expressão austera, com elementos construtivos limitados ao essencial, com pouca ornamentação, utilizando materiais que provêm de artesanato familiar. Apresenta um desmembramento das edificações conforme as funções, o que a diferencia das edificações na Itália em função das diferenças no clima. A cozinha é separada da casa, para evitar incêndios. Na casa Dotta ocorreu, porém, um pequeno incêndio, e as telhas, antes de *scándole*<sup>8</sup>, foram substituídas por telhas de barro.

### **Histórico da Fazendinha Santa Clara**

A Fazendinha Santa Clara surgiu por meio de campanhas publicitárias direcionadas às mulheres e, principalmente, ao público infantil, no intuito de aumentar as vendas de leite. Durante anos, realizou-se a promoção Fazendinha Santa Clara, na qual 20 selos de leite pasteurizado podiam ser trocados por um brinde. A promoção foi divulgada nos pontos de vendas e por meio de rádios, televisão e escolas.

Em sua primeira edição, trocava-se por uma réplica em miniatura de um animalzinho que fizesse parte da Fazendinha<sup>9</sup>, depois por canecas, copos, pratos e potes com tampas, taças de sobremesa e outros. No decorrer de algumas edições, percebeu-se a grande procura pelas peças que continham a imagem da vaquinha. Uma das ações para aproveitar essa tendência foi aplicar a imagem da vaquinha em todas as embalagens do leite Santa Clara. Foi quando “*o leite da vaquinha*” consagrou-se. O incremento nas vendas, após cada edição, registrou o índice de 20%.

Desde então, a “Fazendinha Santa Clara” passou a ser a “logomarca” dirigida ao público infantil da empresa. Em 2009, a “Fazendinha Santa Clara” foi inserida espaço virtual (página virtual)<sup>10</sup>, no qual estão ativos seis jogos interativos envolvendo os produtos e a vaquinha *gimmick* da Cooperativa Santa Clara. O ambiente da Fazendinha virtual privilegia os aspectos naturais, evocando o verde, flores, poço d'água e sons da natureza. Os jogos *on-line* estão classificados para uma faixa etária de dois a sete anos, e o cadastramento na página virtual, assim como os recordes, proporcionam brindes aos visitantes virtuais.

---

<sup>8</sup> Cobertura de tabuinhas.

<sup>9</sup> Vaca, porco, galinha, entre outros.

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.coopsantaclara.com.br/fazendinha/>

### **Projeto Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara**

Com base no pressuposto de que as edificações existentes no local da Fazendinha Santa Clara real estivessem totalmente restauradas e adequadas para a visitação turística, e com base na justificativa cultural para viabilização do projeto, apresenta-se o descritivo do Parque Temático Leite e Queijo Fazendinha Santa Clara.

Inicialmente, conforme a classificação de Ansarah (2000), o projeto poderia ser classificado como um parque fixo e sub-classificado como *outdoor*, por ser ao ar livre. A escolha da tematização, “leite e queijo”, foi em razão de esses produtos e os produtos deles derivados serem os principais da Cooperativa e por serem o elo entre a comunidade e a empresa.

Contextualiza-se também no segmento de turismo rural, por sua localização e atividades. A proposta do projeto é proporcionar participação nas lidas cotidianas, como: ordenhar vacas, tratar animais, plantar, colher hortaliças e frutas. Além destas, serão oferecidas atividades de vivência do cotidiano da culinária e do artesanato locais, como: produção de pães, cucas, bolos, biscoitos e trabalhos manuais.

Assim, além dos resultados econômicos tradicionais do trabalho no meio rural, o turismo contribuiria para a conquista de novos clientes e de incrementos financeiros para a comunidade e para os agricultores vizinhos ao parque, estimulando a criação de novos empreendimentos, produtos e serviços locais. Em razão da potencialidade da demanda e do interesse dos diretores da Cooperativa, destacou-se a cultura como a principal segmentação do pré-projeto, pela valorização, significado e conteúdo cognitivo que proporciona ao produto ou serviço turístico em questão.

As espécies de animais, plantas, temperos, e outros aspectos abordados na Fazendinha estarão de acordo com o contexto histórico das edificações (1930–1940), buscando uma harmonização em relação às épocas e aos costumes. As segmentações de turismo, de lazer e pedagógico, fundamentam o projeto abrangendo públicos variados e instituições de ensino, reduzindo a sazonalidade e tornando a aprendizagem agradável e prazerosa.

### **Consideração finais**

A elaboração do pré-projeto da Fazendinha Santa Clara, aliando características e aspectos da Fazendinha Virtual, fez com que se trabalhasse melhor uma ferramenta já

existente na Cooperativa Santa Clara. Transformou-se uma abordagem virtual em uma abordagem real, rica em detalhes locais e elaborada, principalmente, para promover o envolvimento da comunidade com os turistas e visitantes, para intercâmbios de experiências, lembranças e saberes.

De acordo com o referencial teórico, para que ocorra a sustentabilidade de um empreendimento turístico de tematização cultural, é fundamental a fidelidade em relação à realidade local. Neste sentido, o projeto é consistente, pois de uma maneira geral, a produção familiar agrícola leiteira no município de Carlos Barbosa é significativa, e a Cooperativa Santa Clara faz parte da história de muitas famílias e do próprio município, além de ser a Cooperativa de laticínios mais antiga do Brasil.

Com esses requisitos, pelo reconhecimento regional do evento Festiqueijo e por ser referência nacional em queijos nobres, as condições ambientais são favoráveis para o êxito do projeto e para consolidar Carlos Barbosa, na Serra Gaúcha, como a “cidade do leite e do queijo”. O fortalecimento dessas novas segmentações turísticas no município, justifica-se em razão dos elementos da dimensão cultural do turismo, evidenciados pela proposta, que são: valorização da identidade local, por meio da preservação de manifestações culturais e históricas dos imigrantes e da estética do patrimônio arquitetônico; criação de um espaço de atividades de lazer, animação e de caráter pedagógico; envolvimento e motivação da comunidade local. Em razão disso, a Fazendinha Santa Clara real, como parque temático de segmentação turístico-cultural, viabiliza-se com investimentos da Cooperativa e com apoio do setor público local, englobando outros projetos.

### **Referências**

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis(Org). **Segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do Turismo**. 9.Ed. Campinas: Papyrus, 2000.

BARRETTO Margarita; REJOWSKI, Mirian. **Turismo: interfaces, desafios e incertezas**. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**. 4.Ed. Campinas: Papyrus, 2003.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. 2.Ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2008b.

CARLOTTO, Ampélio; GALIOTO, Antônio. **O Cooperativismo Riograndense – A história da Cooperativa Santa Clara**. Carlos Barbosa: Pró Jornal Editora, 1995.

GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5.Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LARENTIS, Milton. **A vida das ideias: Experimentos**. Bauru: Canal 6, 2008.

MURTA, Stela Maris; GOODEY, Brian. **Interpretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual**. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Org.) **Interpretar o patrimônio – um exercício do olhar**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento, planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2002.

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e Turismo Cultural**. Barueri: Manole, 2001.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TOMAZZONI, Edegar Luis. **Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores**. Caxias do Sul (RS): EDUCS, 2009.