

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

GRACIANA MOREIRA JUSTO

A PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NOS CAMPOS GERAIS E O USO DA IMAGEM  
PELO TURISMO

PONTA GROSSA  
2015

GRACIANA MOREIRA JUSTO

A PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NOS CAMPOS GERAIS E O USO DA IMAGEM  
PELO TURISMO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para  
obtenção do título de Bacharel em Turismo na  
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de  
Turismo.

Orientadora: Profª Drª Valéria de Meira Albach

PONTA GROSSA  
2015

## RESUMO

O Turismo Cinematográfico tem crescido no mundo e os destinos demonstram interesse em se promover por meio de produções cinematográficas. Na Região dos Campos Gerais foram analisados quatro filmes: *O Preço da Paz*, *Cafundó*, *Corpos Celestes*, *Os Xeretas*, sendo identificados os lugares das filmagens. Buscou-se perceber como a produção cinematográfica nos Campos Gerais poderia se relacionar a uso da imagem para a promoção de um destino turístico. O presente trabalho teve por objetivos abordar o Turismo Cinematográfico; analisar as produções cinematográficas realizadas na Região dos Campos Gerais; identificar aspectos presentes nos filmes analisados que podem ser aproveitados na promoção da Região enquanto destino turístico. A partir das análises, as informações foram relacionadas com o material do Ministério do Turismo (2007) acerca do Turismo Cinematográfico e por fim foram elencadas algumas propostas que poderiam ser aplicadas pela região.

**Palavras-chave:** Imagem Turística, Cinema, Campos Gerais

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	5
<b>2. TURISMO, CINEMA E IMAGEM</b> .....	10
<b>2.1 IMAGEM E TURISMO</b> .....	10
<b>2.2 TURISMO CINEMATOGRAFICO</b> .....	17
<b>3. A REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS</b> .....	23
3.1 ATRATIVIDADES DA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS .....	25
3.1.1 CASTRO.....	25
3.1.2 TIBAGI.....	29
3.1.3 LAPA .....	32
3.1.4 PONTA GROSSA.....	35
<b>4. PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NOS CAMPOS GERAIS - LOCAÇÕES</b> .....	39
4.1 O PREÇO DA PAZ .....	41
4.2 OS XERETAS .....	56
4.3 CORPOS CELESTES .....	60
4.4 CAFUNDÓ .....	64
<b>5. O USO DAS IMAGENS DOS FILMES COMO ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO: CAMPOS GERAIS.</b> .....	74
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	80

## 1. INTRODUÇÃO

A prática da atividade turística se dá pelo deslocamento de pessoas, e elas o fazem tendo diversas motivações para sua viagem. Por todo o mundo, buscam-se inúmeros capitais simbólicos que possam atrair turistas, podendo eles ser um município ou região, patrimônios edificados, traços de uma cultura, enfim, elementos que sejam significantes e que tragam divisas para a localidade. Tendo isso em vista, a imagem aponta como um recurso essencial na divulgação dos atrativos turísticos, principalmente pelo fato de que o produto turístico é intangível e pela imagem se pode ter uma noção do que será consumido.

Uma das possibilidades de divulgação de um destino pode ser dar por meio das produções cinematográficas e uma possível visibilidade do mesmo nos filmes. O fortalecimento da imagem acrescido de inserções nos filmes pode auxiliar neste processo de maior divulgação do destino. Isso vai depender do esforço empregado pelo destino turístico na promoção do mesmo.

A pesquisa realizada estuda a imagem de um destino turístico, podendo ser identificada em filmes como sendo daquele destino em específico. Para tanto se fez necessária a reflexão sobre alguns tipos de imagens: estática (fotografia) e em movimento (filmes), embora se busque um destaque para a produção cinematográfica por sua dinamicidade, que desperta outro nível de percepção no espectador.

O destino aqui considerado é a Região dos Campos Gerais que, desde 2004, vem sendo estruturada seguindo as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo promovido pelo Ministério do Turismo (MTur) (MONASTIRSKY; SAHAIDAK; SCNELL; LUXI, 2012).

A partir desta primeira delimitação, foram selecionados somente os municípios que serviram de sets para os filmes produzidos na Região, sendo elas: Castro, Tibagi (região do Guartelá), Lapa e Ponta Grossa.

Foram selecionadas cenas de cada um dos filmes onde se pode identificar a Região pelos aspectos naturais, atratividades de caráter histórico-culturais, com características simbólicas percebidas como sendo da Região dos Campos Gerais: a presença de araucárias (araucária angustifolia – árvore nativa da mata atlântica,

característica da região), tipos de construções, vegetação rasteira nos campos, arenitos. Cada uma das cenas foi analisada sendo evidenciados os aspectos e características identificáveis como sendo parte da referida Região.

É importante destacar que nenhum dos filmes teve intenção de promover o turismo na região onde foram realizados. A região sim foi escolhida por suas características singulares para compor um cenário que se fazia necessário para se contar as histórias.

A partir da análise dos filmes, a imagem da região em cena é destacada em fotogramas previamente escolhidos e desta forma é possível pensar em possibilidades que evidenciem os Campos Gerais e possam auxiliar em sua divulgação. Atualmente tem crescido o número de pesquisas que abordam o estudo da imagem no Turismo, principalmente no que se refere aos filmes (MACHADO, 2010). A região dos Campos Gerais foi set para várias filmagens, o que mostra o valor que pode representar para as produções cinematográficas onde se buscam cenários que atendam certas expectativas.

Por um lado, a busca por esses cenários é uma realidade das produções cinematográficas que investigam lugares onde possam ser realizados os registros necessários para atingir os objetivos do filme, documentário, etc. Por outro lado, os municípios e regiões que percebem sua potencialidade, podem se posicionar no mercado como receptor dessas produções.

Durante a pesquisa percebeu-se que a Região dos Campos Gerais apresenta essa potencialidade e poderia expandir seu posicionamento enquanto tal. Possibilidades de se mostrar nesse mercado, considerado novo no cenário brasileiro atual, são apresentadas como propostas ao fim deste trabalho.

Ao final do trabalho são apresentadas algumas estratégias que poderão ser utilizadas pela região em questão, como possibilidades de promoção (enquanto possível cenário para filmagens) a partir da identificação de características singulares nas produções cinematográficas analisadas.

A pergunta problema que conduziu a abordagem foi: Como a produção cinematográfica nos Campos Gerais pode se relacionar ao uso da imagem pelo Turismo para promoção do destino?

O objetivo geral foi: Identificar a produção cinematográfica nos Campos Gerais e a relação com a imagem no Turismo. Especificamente pretendeu-se: abordar o Turismo Cinematográfico; analisar as produções cinematográficas realizadas na Região dos Campos Gerais; identificar aspectos presentes nos filmes analisados que podem ser aproveitados na promoção da Região enquanto destino turístico.

Neste trabalho foi utilizada a técnica de análise de conteúdo tendo como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica, por ser baseada em pesquisas em livros, periódicos, sítios eletrônicos e artigos científicos. Conforme Gil (2010, p.29),

a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos.

Pelo ponto de vista da abordagem do problema, a pesquisa é qualitativa documental. Conforme cita Godoy (1995, p.21),

a abordagem qualitativa não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, mas permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques.

Primeiramente foi estabelecida a delimitação da Região dos Campos Gerais utilizada neste trabalho por meio de considerações geográficas, delimitação política e a produção fílmica realizada nos municípios. A partir do levantamento para delimitar a região dos Campos Gerais, foi feito um levantamento online das produções cinematográficas realizadas na referida região, entre sites de cinema especializados, blogs e sites de divulgação das produções. Foram encontradas informações referentes a cinco filmes sendo eles: *O diabo de Vila Velha (1966)*; *Os Xeretas (2001)*; *O Preço da Paz (2003)*; *Cafundó (2005)*; *Corpos Celestes (2010)*. Com o levantamento dos filmes, a região delimitada dentro dos Campos Gerais foi reduzida somente para os municípios que foram utilizados nas gravações: Castro, Tibagi, Ponta Grossa e Lapa.

Um dos critérios de estudo dos filmes foi a sua viabilidade na internet, se está acessível a todos ou não. Por este motivo, o filme *O diabo de Vila Velha* foi excluído da seleção. Este se mostrou muito difícil de ser encontrado na íntegra e as imagens que foram encontradas apresentavam partes do filme onde não apareciam os arenitos, uma das características buscadas para representar o Parque Estadual de Vila Velha. Os

filmes *Os Xeretas* e *Cafundó* podem ser encontrados na íntegra no *youtube*<sup>1</sup>. O filme *Corpos Celestes* pode ser encontrado integralmente no site *filmes onlinegratis*<sup>2</sup> para ser visto online. Por fim, o filme *O Preço da Paz* pode ser obtido por download via torrent, gratuitamente.

Todos os filmes foram inteiramente assistidos três vezes. A primeira vez foi para lembrar as histórias, pois dos quatro filmes selecionados, três já eram conhecidos. A segunda vez foi para identificar as imagens que poderiam ser utilizadas e a terceira vez foram assistidos sendo pausados e copiadas as imagens referentes. O processo de seleção das imagens apresentadas neste trabalho buscou cenas que mostrassem características simbólicas percebidas como sendo da Região dos Campos Gerais: a presença de araucárias (araucária angustifolia – árvore nativa da mata atlântica, característica da região), tipos de construções, vegetação rasteira nos campos, arenitos. A seleção dos fotogramas foi feita com a utilização de ferramentas simples do computador. Independente da forma que foi visualizado o filme (Windows media player, youtube, reprodução online), no momento em que a imagem com os elementos era identificada, a reprodução era pausada e a tecla *prt sc* (print screen) do teclado era apertada. Na sequência, a imagem era colada e editada no programa *paint brush* e, por fim, era salva no formato jpg com a indicação do tempo exato na identificação (nome da imagem).

A partir da análise, foram relacionados os destinos apresentados nos filmes com o material do Turismo Cinematográfico do Ministério do Turismo (2007) para, desta forma, verificar e identificar as vantagens de se receber produções cinematográficas nos municípios e região.

No capítulo 2 são apresentados estudos relacionando o turismo e a imagem, a partir de uma perspectiva de segmentação da atividade sendo ela cultural, subsegmentada em turismo cinematográfico. No capítulo 3 a Região dos Campos Gerais é apresentada, bem como sua delimitação necessária para este trabalho. No capítulo 4 são apresentados os filmes estudados seguidos das análises das imagens selecionadas, sendo identificados os locais onde foram feitas as filmagens. No capítulo

---

<sup>1</sup> Os Xeretas – disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=nq6PnN3glmw>

Cafundó – disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=nGin4q0xh2w>

<sup>2</sup> Corpos Celestes – disponível em <http://www.filmesonlinegratis.net/?s=corpos%20celestes>



5 é feita uma análise do uso das imagens cinematográficas utilizadas pelo destino Campos Gerais. No sexto e último capítulo, são apresentadas as considerações finais com vistas a uma proposta de utilização das imagens pelo destino.

## 2. TURISMO, CINEMA E IMAGEM

Neste capítulo são abordados estudos sobre a atividade turística e a relação da imagem como fator importante para a promoção de um destino, sendo ela o mais próximo contato que o turista terá antes de realizar sua viagem.

A OMT (2001, p.52) reconhece este fator de importância quando diz que

a imagem de um destino turístico gera significativas influências no desenvolvimento das estratégias de promoção, motivada pelas inter-relações entre os pontos fortes e fracos do destino assim como a realidade e os recursos envolvidos com o turismo.

O cinema, além de trabalhar com a imagem o tempo todo, trabalha com a manipulação delas a favor das ideias que são objetivadas no roteiro. (AUGUSTO, 2004). A partir de um filme, pode-se vender um local fazendo com que as pessoas queiram ir pra lá, mas também se pode gerar um sentimento de repulsa com relação ao local apresentado.

### 2.1 IMAGEM E TURISMO

Este capítulo trata da imagem do destino turístico, entendida a partir de uma perspectiva geográfica, onde a delimitação espacial se faz, muitas vezes, evidente, mas também de maneira virtual, onde o turista não percebe com exatidão esta delimitação (FLORES e MENDES, 2014) sendo a oferta delimitante deste mesmo espaço.

Berger e Luckmann (1976) apresentam em seus estudos o processo de construção da realidade como sendo essencialmente social, pois o indivíduo é influenciado pelo meio onde está inserido e interage com ele a partir dos estímulos decorrentes das interações humanas. Assim, vários aspectos determinam processos de interação diferenciados culturalmente, o que resultam em realidades diferentes.

Para Duarte Jr. (2004), dentro de uma mesma realidade determinada por certos aspectos internos e externos, existem várias verdades manifestadas socialmente, que podem gerar aproximações ou distanciamentos. É a maneira como cada pessoa se

relaciona com o mundo a sua volta, manifestando o que acredita ou reproduzindo o que outros acreditam.

Com relação ao conhecimento de cada um, todas as pessoas elaboram certos esquemas mentais que são basicamente conjuntos de informações guardados na memória e representam o conhecimento pessoal sobre determinadas situações, acontecimentos e ações que foram vivenciadas pelo indivíduo em algum momento de sua vida (NISHIDA *apud* WAINBERG, 2003). Desta forma, a cada nova situação, acontecimento vivenciado, a memória é acessada e o indivíduo busca associações com os esquemas prévios e seus comportamentos são resultantes deste processo.

O artista francês Duchamp já dizia que a imagem é uma representação da realidade. Sendo assim, ela desperta sentimentos em quem a observa, que por sua vez vive outra realidade com suas próprias verdades, desenvolvendo diversos imaginários.

Na concepção de Duchamp, a função da obra de arte é estabelecer relação com a realidade, que não é dada de antemão, mas que se constrói a partir do movimento do olhar do observador.(BELTRAME; MORETTI, p.7, sem ano)

Gastal (2005) delimita a imagem como sendo o recurso visual primeiro, como fotos, cenas de filmes, cartões-postais, etc., e os imaginários são os sentimentos alimentados pelas redes de informação, que as levarão a achar um lugar, objeto, ou até mesmo pessoa, *bonito, idílico, desagradável, etc.*

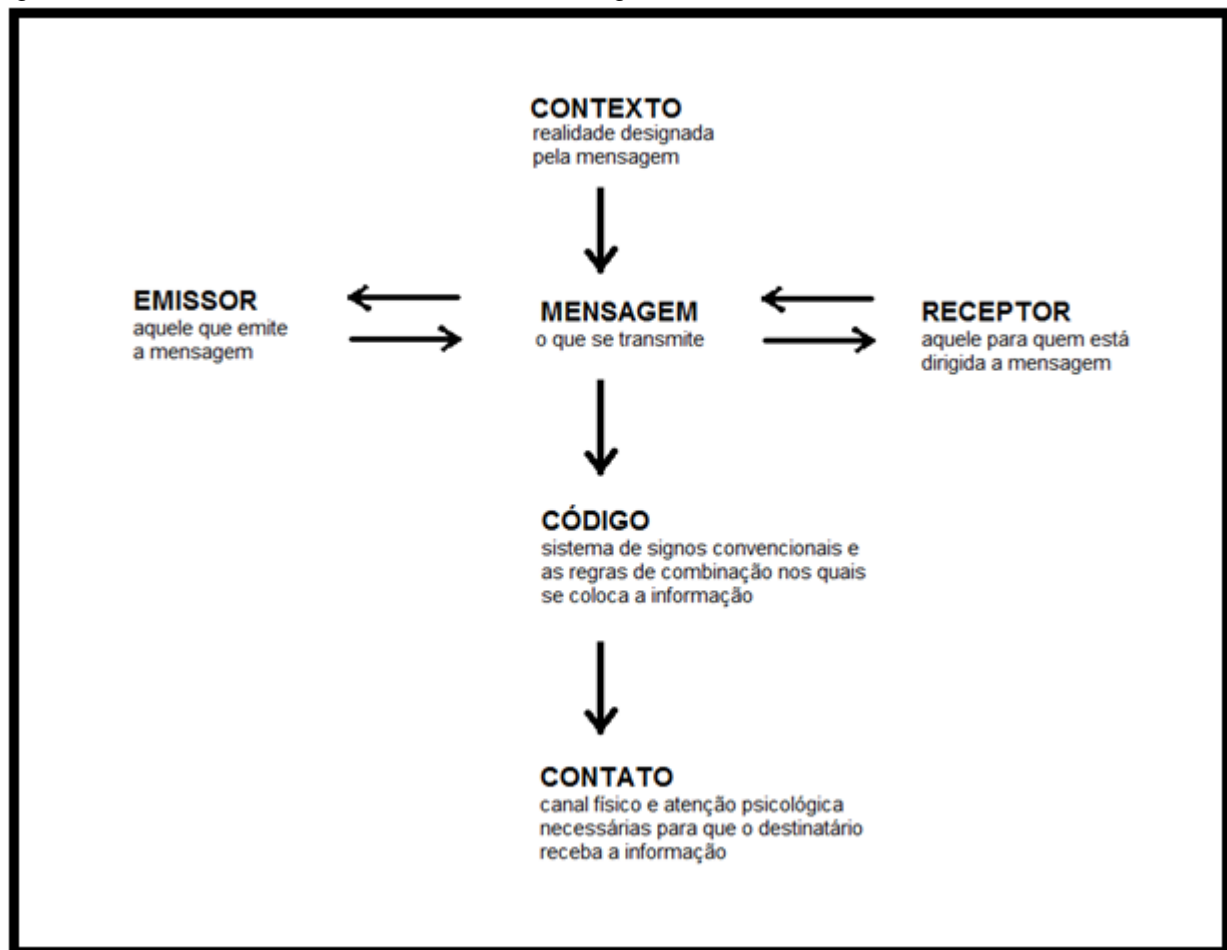
Como se pode observar, o ser humano é essencialmente comunicativo. Se expressa por meio da linguagem, seja ela visual, falada, escrita ou corporal, e também recebe informações pelos mesmos meios. Arelado à comunicação estão o Marketing e a Publicidade que, respectivamente, estudam e desenvolvem maneiras de atrair determinados consumidores para que as pessoas comprem determinados produtos. Nos meios de comunicação em geral, uma das formas de expressão mais utilizadas se faz através da imagem, principalmente pelas possibilidades tecnológicas que se tem que, cada vez mais, caracterizam as sociedades atuais como, principalmente, visuais.

Este é um traço que se modificou ao longo da história. Como exemplo de contraponto, pode-se citar a sociedade elisabetana (século XVI) que era essencialmente oral, pois poucos tinham o domínio da escrita e os conhecimentos eram

transmitidos sendo falados. Shakespeare que viveu nesta época escreveu peças para o povo, com características populares de fácil linguagem e entendimento para o momento.

Toda representação pictórica, no entanto, passa uma determinada mensagem estando ela inserida no processo de comunicação geral apresentada por Roman Jakobson, 1963 (*apud* DORTA; DROGUET, 2004) da seguinte forma, como na Figura 1:

Figura 1 – Processo de Transmissão de uma mensagem



Fonte: DORTA; DROGUET, 2004. - reprodução

A imagem pode ser uma ferramenta de promoção do produto que se esteja mostrando, seja ele um lugar ou mesmo um objeto material que possa ser adquirido. É, entretanto, um modo de comunicação onde se precisa tomar cuidado com a seleção, caso contrário, uma *simples* imagem pode acabar proporcionando uma visibilidade negativa do produto por parte do consumidor (GASTAL, 2005).

No que diz respeito à interpretação da imagem, Roland Barthes, 1964 (*apud* SOUZA e SANTARELLI, 2008) explora a imagem fixa e sua formação de sentido para o observador, mas não descarta este tipo de análise para as imagens em movimento. Para a publicidade, a propaganda precisa transmitir uma mensagem que comunique de maneira clara o que se quer dizer. Barthes (*idem*) classifica esta mensagem como podendo ser de três tipos: verbal, simbólica e icônica. A primeira corresponde ao uso da palavra podendo, também, ser chamada de linguística (ex: a palavra amor); a segunda corresponde à mensagem conotativa que vai passar pela interpretação do observador (ex: coração desenhado entende-se como amor); a terceira se refere à mensagem denotativa, ou seja, a representação real dos objetos dispostos na propaganda, ou ainda, nos filmes (ex: o coração apresentado é o próprio órgão).

Atrelado a este pensamento de análise da imagem individualizada, enquanto fotograma é importante citar a fotografia (considerando o fotograma como uma fotografia), dizendo que esta

não é uma cópia fiel do mundo. Por mais que pensemos que aquilo que vemos na foto é o mundo, trata-se, antes, de uma leitura muito particular de alguém, de um recorte do mundo. (GASTAL, 2005, p.36)

Com base nas ideias de Gastal (2005), pode-se compreender que a fotografia é também não o lugar em questão, mas a representação dele a partir de um olhar. É uma realidade objetivada, mas nunca concreta, pois o contato com aquele destino se dá de maneira interfacetada, estática no tempo.

Estes conceitos relacionados à imagem podem ser aplicados à imagem em movimento, neste caso, a imagem cinematográfica, pois o cinema nada mais é do que várias imagens estáticas que dão a ilusão de movimento. Considerando que toda imagem cinematográfica passa por um processo de manipulação (LEITE, 2003), ela tem o poder de manifestar um olhar que reflete uma determinada verdade, parte de uma realidade específica, apresentando uma visão encaminhando-a para o pensamento acerca do que foi visto, depois das associações e, por fim, conclusões.

Para Deleuze (2004) o cinema é construído apresentando algumas características que são determinadas durante a sua elaboração e, principalmente,

edição. Ele aborda dois princípios: imagem-movimento e imagem-tempo. No primeiro estão incluídas todas as sequências de imagens que possuem, em si, o movimento, mas também as edições que, ligando imagens determinadas a outras, geram outros movimentos que determinam igualmente o andamento do filme. No segundo, imagem-tempo, são consideradas as determinações das imagens que acontecem em certo tempo, que determina o ritmo e acontecimentos das histórias apresentadas. O trabalho – por parte dos diretores e produtores – em torno destas conceituações (por mais que não sejam conscientemente observadas) busca refletir os caminhos que podem ser seguidos de forma que o cinema suscite no espectador o estímulo das imagens mentais e figuras de pensamento (podem ser estes a partir de um clichê ou da supressão do mesmo). Estas imagens e figuras surgem a partir da memória, que é resgatada pela emoção suscitada no momento em que se assiste um filme, uma série, etc.

Por meio das propagandas as pessoas podem ser induzidas a comprarem, pois há aí um jogo de sedução entre o que se mostra e a pessoa que o vê. O que se vende pode ser dividido em duas categorias: os bens materiais, que são os objetos, ou seja, elementos tangíveis, e os bens imateriais, ou bens intangíveis (LEMOS, 2000) que são abstratos podendo apenas serem vivenciados e sentidos. No turismo os bens que ganham grande destaque são os bens intangíveis, onde a pessoa compra a experiência que pode ser vivenciada em determinado local. No entanto, os bens materiais também podem ser inseridos nesta lógica. No turismo, os profissionais trabalham com os sonhos das pessoas, e por ter características de mercado diferenciadas, acaba por ser mais complexa esta dinâmica entre prestação e recebimento dos serviços (LEMOS, 2000).

Eles também fazem parte do mercado turístico e também podem ser apresentados como sintetizadores de uma cultura ou região que se quer divulgar, mesmo que esta representação acabe por ser muito superficial ou falsa como, por exemplo, souvenirs ou cartões postais. As imagens das propagandas na divulgação de um destino turístico são de extrema importância, pois mexem diretamente com a memória visual de cada pessoa ao mesmo tempo em que estimula o imaginário (a pessoa se vê em determinado lugar), ou ainda, relembra aspectos de sua vida (GASTAL, 2005).

A imagem de um local pode ser definida como a soma das crenças, das ideias e impressões que os turistas têm dele. Assim, uma imagem turística é um conjunto de ideias e impressões sobre um local. Para criar uma imagem turística é preciso causar impactos positivos, relevantes e de credibilidade, de sorte a fazer penetrar na mente dos turistas atributos que o atraiam a certa localidade considerando a cultura dos residentes que mantêm crenças e tradições (KOTLER, 1994).

As imagens, inseridas no universo do marketing, podem ser estáticas (cartazes, panfletos, banners, etc.) ou dinâmicas (vinhetas, clips, propagandas televisivas, etc.). Ainda como imagem dinâmica, e apresentada neste trabalho como uma forma de divulgação do lugar de maneira indireta, está a produção cinematográfica.

O cinema, além de trabalhar com a imagem o tempo todo, trabalha com a manipulação delas a favor das ideias que são objetivadas no roteiro (AUGUSTO, 2004). A partir de um filme pode-se vender um local fazendo com que as pessoas queiram ir pra lá, mas também se pode gerar um sentimento de repulsa com relação ao local apresentado (GASTAL, 2005).

As imagens dinâmicas, em especial as cinematográficas, influenciam a percepção das pessoas fazendo com que se gere certa ilusão quanto à veracidade de determinados acontecimentos. No momento que se vê o filme, há como que uma *catarse*<sup>3</sup>, o que auxilia neste processo de identificação com o destino, ou história de vida do personagem, e a pessoa se transporta mentalmente para esse destino, de certa forma já experienciando uma viagem. Na apresentação dos cenários, a maneira como a imagem é exposta se torna apelativa respondendo a uma das funções da mídia. Busca-se uma valorização dos espaços em destaque, associando-os ao lazer e suscitando novos sentimentos que acabam por favorecer o local.

No caso de um destino turístico apresentado em uma produção cinematográfica, estes aspectos podem se relacionar, pois o que se apresenta é um ângulo de visão a partir de quem, de alguma forma, quer promover o lugar e mostra o seu olhar sobre ele, instiga o pensamento onde podem acontecer identificações pelas

---

<sup>3</sup> *Catarse* - **Estética. Teatro.** Num espetáculo trágico, refere-se ao desenvolvimento de uma espécie de purgação de alguns sentimentos do público.

**Retórica.** Segundo Aristóteles, a *purificação* experimentada pelos espectadores, durante e após uma representação dramática.

consequentes associações com momentos, pessoas, status, e as conclusões resultam numa vontade de conhecer o referido destino ou não, acionando seus esquemas mentais na sua relação com o mesmo.

No que diz respeito à atividade turística, Gastal (2005, p.29) chama estes esquemas mentais de museus imaginários e diz que "no caso do cinema, uma só tomada é suficiente para desencadear a associatividade que antes tinha que ser construída laboriosamente no decorrer de toda uma obra".

Uma das perspectivas da imagem turística de um destino é a idealização da melhor forma de divulgar o lugar para os visitantes. Alguns destinos turísticos possuem uma imagem já consolidada que fazem parte do imaginário do turista somente por ouvir falar. Partindo do conceito de que a imagem de um destino corresponde a dois componentes distintos: o cognitivo e o afetivo, a imagem total de um destino é percebida como um resultado destas duas análises (BALOGLU; MCCLEARY, 1999 *apud* BREA; CARDOSO, 2011).

A maneira como a imagem será trabalhada determinará num bom aproveitamento dela por parte das pessoas que a recebem, ou não. Essa pode ser relacionada com aspectos positivos ou negativos do lugar apresentado.

A imagem divulgada pelo cinema traz consequências para o destino turístico nela apresentado (quando percebido que lugar é esse) e pode gerar um sentimento de pertencimento pela identificação mesmo antes de chegar ao local, ou um distanciamento do turista ao chegar ao lugar, por não identificar o que se imaginava e se esperava. Os ambientes escolhidos para as produções cinematográficas têm como objetivo retratar um tempo ou manifestar um sentimento e isso causa sensações diferenciadas no espectador. O cinema não precisa ter a preocupação e a responsabilidade em retratar somente a verdade dos fatos, momentos e lugares, mas sim, foca na história a ser contada.

A exploração da imagem de um destino a partir de um filme deve ser potencializada, fazendo-se conhecer que determinado filme foi realizado em determinado lugar. A partir desta concepção pode-se dizer que a imagem de um destino pode ser modificada. Conforme Gândara (2008, p.2), "quanto maior e melhor



informação disponha o turista em relação ao destino, mais a imagem que este terá do referido destino corresponderá à realidade”.

A imagem de um destino será definida pelo turista, a partir de sua experiência na viagem, pois além de ser a soma de um produto (GÂNDARA, 2008) é o elemento que vai causar sentimentos e que irão influenciar nas tomadas de decisões. A partir dos filmes realizados na Região dos Campos Gerais, estratégias podem ser criadas para que a região se faça conhecer.

## 2.2 TURISMO CINEMATOGRAFICO

As imagens dinâmicas, em especial as cinematográficas, influenciam na percepção das pessoas fazendo com que se gere certa ilusão quanto à veracidade de determinados acontecimentos. Por mais que se saiba que o que está sendo mostrado é uma mentira, as pessoas sentem algo (alegria, tristeza, raiva, surpresa, etc.) de alguma forma, seja pelo assunto do filme, seja por onde está se passando a história, ou qualquer outro aspecto que acesse sua memória afetiva.

Em seu livro *O olhar do turista*, John Urry (1996) defende a ideia de que muitos turistas vão para determinado atrativo não somente para olhar, mas para sentir, vivenciar novas experiências, e isto pode ser uma das características do turismo cultural, o interesse do turista em vivenciar algo que não faz parte da sua realidade, ampliando seu olhar acerca de outras realidades.

O termo *Turismo Cinematográfico*, classificado como subsegmentação do *Turismo Cultural*, é definido como uma atividade onde o turista se sente motivado a viajar por causa de um filme onde um determinado lugar é apresentado (MTur, 2010). Desta forma, aspectos históricos, culturais, patrimoniais e naturais podem ser observados e identificados em uma produção cinematográfica e se tornar motivador de uma viagem.

Para Silberberg (1994), o turismo cultural consiste na

visitação por pessoas de fora da comunidade receptora motivada no todo ou em parte pelo interesse nos aspectos históricos, artísticos, científicos ou estilo de vida e herança de uma comunidade, região, grupo ou instituição. Turismo

Cultural, como outras formas de Turismo, trazem juntas a motivação pessoal – mercado – com o motivador da viagem – o produto. (p.2)

Vários países criam mecanismos ou incentivos para que, cada vez mais, produções cinematográficas sejam realizadas em seus cenários e, desta forma, sejam conhecidos mundo afora.

Para além de uma influência cultural, as pessoas podem se sentir incentivadas por um filme, ou uma simples cena, para escolher um destino de viagem. Filmes como *O Código Da Vinci*, baseado em livro homônimo, criam todo um mistério envolvendo símbolos de atratividade como, por exemplo, Da Vinci, estando diretamente ligado ao museu do Louvre e à própria Paris. Esta história traz questões instigantes, o que faz com que as pessoas tenham um interesse maior por viajarem a este destino, pois fortalece a imagem do mesmo por meio dos mistérios em torno da história (GASTAL, 2005).

Com o filme *O Senhor dos Anéis*, a promoção se deu de maneira um pouco diferenciada. As regiões de campos e montanhas que aparecem nos filmes poderiam ser de qualquer lugar do mundo, mas houve um esforço por parte do destino que se soubesse que o filme foi realizado na Nova Zelândia. Hoje, o filme em questão é sinônimo do destino. Mais além, no país eles incorporaram o universo dos filmes criando simulacros, como a casa de um hobbit, por exemplo (HAYATA; MADRIL, 2009).

Na História do Cinema vários filmes se destacaram e obtiveram maior notoriedade pelos lugares escolhidos de cenário do enredo. Alguns exemplos a serem lembrados: *Breakfast at Tiffany's*, cujo cenário é Nova York, foi um filme lançado em 1961 estrelado por Audrey Hepburn e George Peppard, e teve tanto sucesso que até hoje existe uma data de comemoração onde todas as vendedoras da joalheria Tiffany se vestem de Holly Golightly (personagem principal do longa metragem); Harry Potter, como um exemplo mais recente, é um filme que teve como boa parte das locações lugares reais da agitada Londres como, por exemplo, a estação de trem King's Cross que no filme contém a plataforma nove e 1/2 e, desde que foi lançado, teve o número de visitas aumentado consideravelmente (HAYATA; MADRIL, 2009). Ainda, na plataforma, mantiveram o cenário contendo a placa com o nome e um carrinho de malas que parece entrar na parede de tijolos.

A seguir, no Quadro 1, são exemplificados alguns filmes que geraram visibilidade a partir de estratégias delineadas pelos próprios destinos.

Quadro 1 – relação de filmes e respectivos destinos

<b>FILME</b>	<b>DESTINO</b>
Sideways	Vinhedos da Califórnia
Memórias da África	Quênia
Gandhi	Índia
O último Imperador	China
O Senhor dos Anéis	Nova Zelândia
Harry Potter	Inglaterra
O Código da Vinci	França
Campo dos Sonhos	Iowa/EUA

Fonte: Ministério do Turismo, 2010.

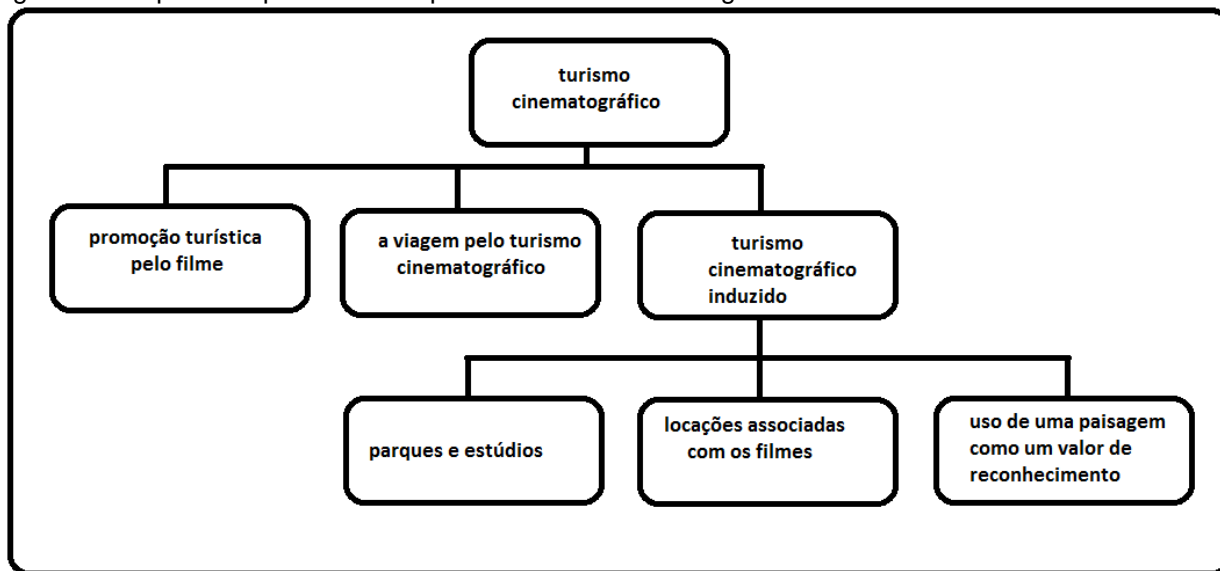
A viagem, por parte dos espectadores, aos lugares evidenciados nos filmes é uma forma de vivenciar um pouco das emoções geradas durante a apreciação do longa-metragem. As pessoas buscam nos lugares visitados, os mesmos sentimentos gerados no cinema, durante o filme. Existe um termo para designar este tipo de turista: *set-jettters*, que são os que visitam os lugares que foram destacados em um livro ou um filme e cada vez mais os turistas afirmam se inspirar no cinema para a escolha de seus destinos (NASCIMENTO, 2009).

Para que uma pessoa queira visitar um destino a partir de um filme, é necessário que se saiba que destino é esse. Por vezes as locações não são facilmente identificadas e os destinos devem pensar na apresentação da imagem para criar uma identificação. Seguindo esta lógica, os países anteriormente citados traçam um planejamento promovendo o destino relacionando-o com o filme em que é mostrado, mesmo que a princípio fosse difícil de identificar.

O Turismo Cinematográfico se utiliza das imagens apresentadas nos filmes como motivadores para que a atividade turística possa acontecer neste segmento específico.

Algumas modalidades dentro do turismo cinematográfico podem ser destacadas como mostra a Figura 2, a seguir.

Figura 2 – esquema explicativo dos tipos de turismo cinematográfico



Fonte: TOMALA, K; FABER, F., 2011, p.149. Tradução nossa.

A partir da ideia de turismo cinematográfico tem-se o primeiro item a promoção por meio da imagem apresentada no filme. Como segundo item tem-se a viagem pelo turismo cinematográfico que consiste no aspecto de hiper-realismo explorado pelos destinos como, por exemplo, a construção de uma casa de hobbit na Nova Zelândia, que dá a sensação de realidade para o visitante (TOMALA, FABER, 2011).

O terceiro e último se refere à indução da viagem pelo filme, podendo ser de três formas: o filme pode ter motivado a visita a um parque de diversões, como é o exemplo do Harry Potter no parque da Universal; o filme pode motivar a viagem a locações utilizadas para a realização do filme, não sendo sets construídos artificialmente, mas o destino sendo o próprio cenário; ou o filme pode motivar a partir de alguma imagem que tenha se tornado icônica como, por exemplo, a montanha que aparece no filmes *O Senhor dos Anéis*.

Ainda de acordo com esta teoria,

segundo um estudo feito na Espanha, são três os fatores que estimulam as motivações internas dos turistas cinematográficos: o lugar (cenários e paisagens), as personalidades (a estrela do filme ou o personagem) e as características artísticas (gênero do roteiro) (MTur – Cartilha Turismo Cinematográfico, 2007, p.5)

Pensar a imagem de um destino em um filme e se utilizar dela para promovê-lo pode ser benéfico para a região onde a produção foi realizada, além de que os filmes podem atuar no inconsciente das pessoas, como uma propaganda subliminar (MTur, 2007). Para além disso, vale ressaltar toda a movimentação local que uma produção audiovisual (voltada para o cinema ou não) causa no município ou Região determinada.

(...) durante as filmagens, há um grande movimento de atividades que são realizadas nos bastidores. Em muitos casos, até 60% do orçamento de uma filmagem pode ser investido na contratação de serviços como hospedagem, alimentação e logística de todo o elenco e equipe. (MTur – Cartilha Turismo Cinematográfico, 2007, p.6)

Durante as gravações de um filme a movimentação local é significativa e a atividade turística está presente de diversas formas. Toda a equipe de produção, atores, diretores, técnicos, etc., se utilizam da infraestrutura turística, como hotéis, restaurantes, e outras possibilidades de consumo, como saídas a bares, danceterias ou até visitas em parques e outros atrativos existentes na região.

Na Figura 3 a seguir foi feito um esquema a partir de informações coletadas na Cartilha do Turismo Cinematográfico Brasileiro do Ministério do Turismo (2007) para exemplificar o que a produção cinematográfica pode movimentar no município ou região de gravação.

Figura 3 – esquema da movimentação da cadeia produtiva na produção cinematográfica



Fonte: Adaptado do Ministério do Turismo, 2007.

A partir desta exemplificação, é possível perceber que o Turismo Cinematográfico está relacionado a três âmbitos de interesse: cultural, ao apresentar nas produções aspectos da sociedade e cultura local; econômico, pois no momento de sua realização e depois movimenta a cadeia produtiva do Turismo direta ou indiretamente, envolvendo vários setores diferenciados; e ambiental pelas paisagens naturais que também podem ser apresentadas e serem motivação de viagens para os turistas.

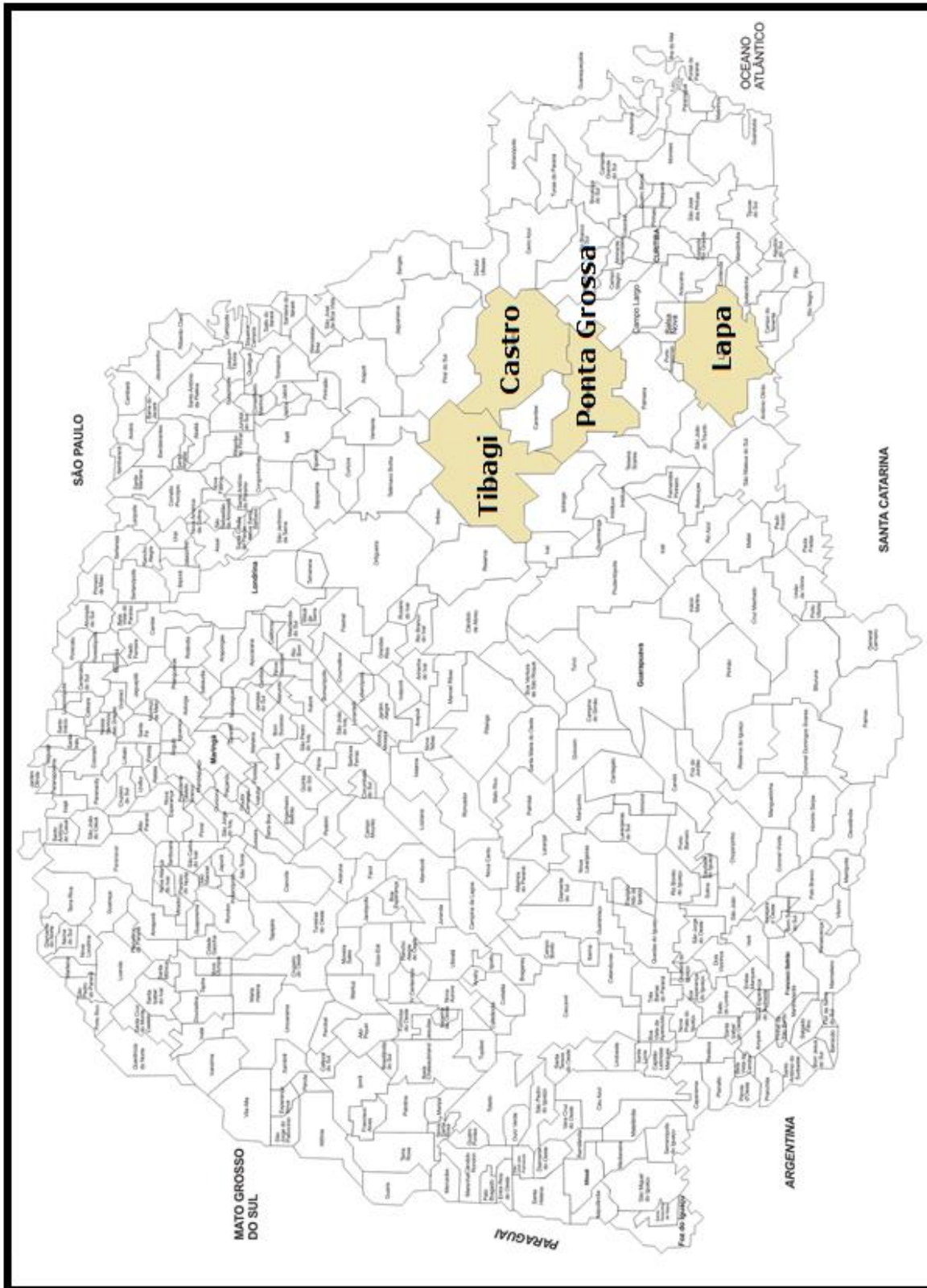
### 3. A REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS

A região dos Campos Gerais, conforme citado anteriormente, é composta por 26 municípios e está localizada na porção centro-leste do Estado do Paraná. Ela se caracteriza pela vegetação dominante de campos em solos rasos, derivado do Arenito Furnas, principalmente. Está situado no limite do Segundo Planalto Paranaense onde no relevo se destaca a Escarpa Devoniana, o *Canyon* do Guartelá, arroios, cachoeiras, matas-ciliares, furnas e despenhadeiros (UEPG, 2015).

Para delimitar a região considerada neste trabalho, foram analisados os aspectos histórico e geográfico, definidos no dicionário Histórico e Geográfico dos Campos Gerais (UEPG, 2015) e os aspectos culturais percebidos na região, como a passagem dos tropeiros, por exemplo. De acordo com o dicionário, a região é composta pelos municípios: Arapoti, Campo do Tenente, Cândido de Abreu, Castro, Ipiranga, Jaguariaíva, Ortigueira, Piraí do sul, Porto Amazonas, Reserva, Telêmaco Borba, Tibagi, Balsa Nova, Campo Largo, Carambeí, Imbau, Ivaí, Lapa, Palmeira, Ponta Grossa, Rio Negro, São José da Boa Vista, Teixeira Soares e Ventania.

De acordo com as produções cinematográficas realizadas na Região, a área considerada para este trabalho foi reduzida para os municípios de Castro (*Os Xeretas*, *Corpos Celestes*), Tibagi (*O Preço da Paz*), Ponta Grossa (*Cafundó*) e Lapa (*O Preço da Paz*, *Cafundó*) conforme o mapa, Figura 4, abaixo.

Figura 4 - Delimitação Campos Gerais - Castro, Tibagi, Ponta Grossa e Lapa



Fonte: Portal XV, 2015.



No site do Governo do Estado do Paraná (Governo do Paraná, 2015) a Região é descrita da seguinte forma:

O contraste entre os campos – onde surgem as imponentes araucárias – e as escarpas serranas é a característica principal da região. Essa paisagem proporciona cenários naturais de magia e rara beleza. Uma região onde os passeios podem ser de pura contemplação da paisagem ou de muita aventura, dentro de Parques e Reservas, como o de Vila Velha com suas formações rochosas e do Guartelá que abriga um dos maiores cânions do País. São muitos os rios, mas destacam-se o Tibagi e o Iapó, proporcionando aventura e lazer.

A partir dos municípios selecionados neste trabalho, a seguir são feitas considerações sobre cada um deles, suas atratividades de destaque para a atividade turística, que poderiam ser locais de interesse para equipes de produções de filmes.

### 3.1 ATRATIVIDADES DA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS

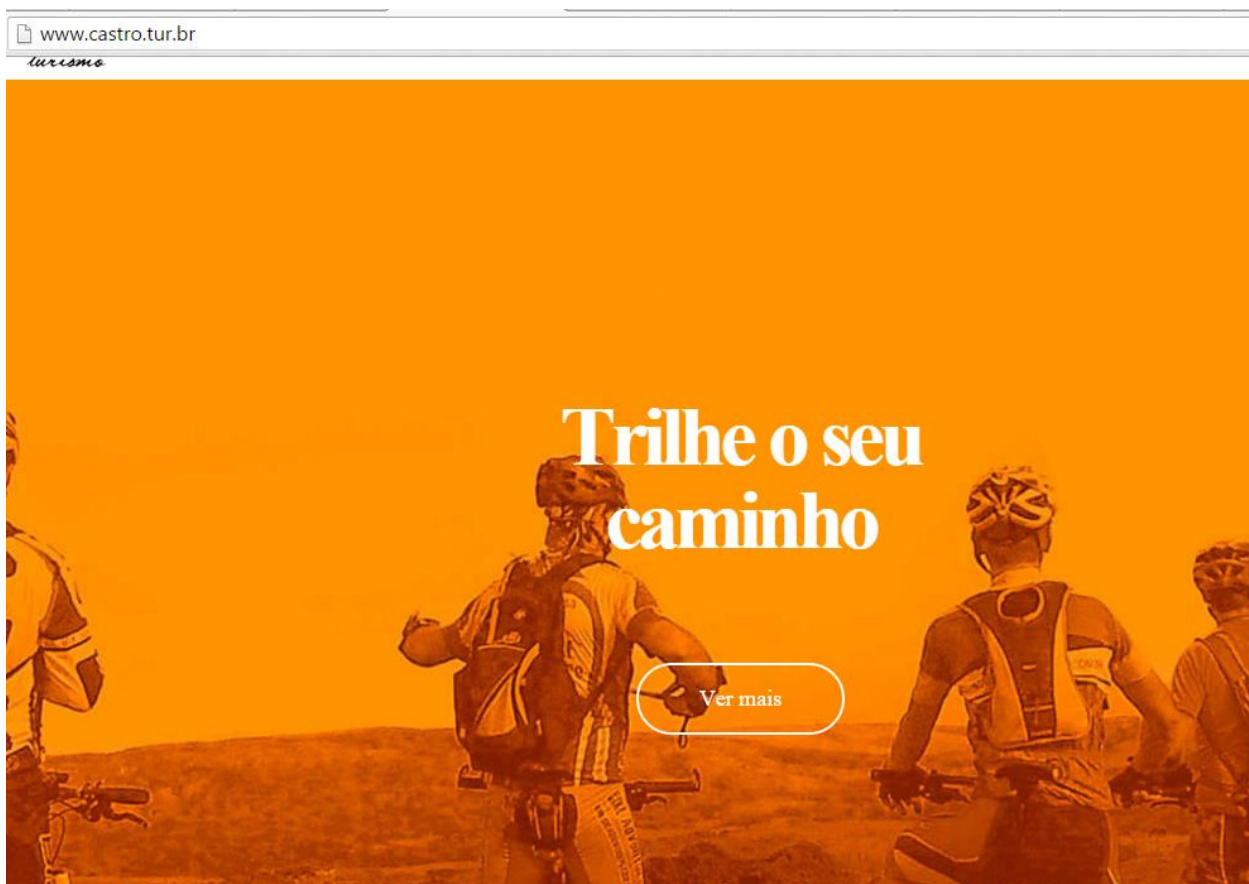
A seguir são apresentadas as atratividades de cada um dos municípios selecionados que são pertencentes aos Campos Gerais e que foram escolhidos como cenários, mas também outras atratividades dos mesmos municípios que poderiam ser do interesse das produções cinematográficas sendo destacados alguns aspectos de interesse seja histórico, cultural ou natural.

#### 3.1.1 CASTRO

O município de Castro está localizado na Região Centro-Sul do Estado do Paraná e possui mais de 67.000 habitantes considerando as áreas urbana e rural. Na área urbana o município apresenta várias edificações de importância histórica e cultural por sua arquitetura que remontam a épocas passadas e modos culturais diversos.

Na Figura 5 é apresentado o site da cidade construído para o Turismo da Região. Destaque para o Turismo de aventura com os ciclistas na capa.

Figura 5: Site de Turismo de Castro



Fonte: Prefeitura Municipal de Castro

Algumas destas construções são tombadas como patrimônio histórico pela Secretaria de Estado da Cultura (2015). São eles: A Casa da Praça<sup>4</sup> (Figura 6) (exemplo de arquitetura de transição entre os períodos colonial e neoclássico, representando as mudanças pelas quais passou a sociedade brasileira no século XIX).

---

<sup>4</sup> Inscrição Tombo 77-II

Figura 6: Casa da Praça



Fonte: Conexão Iapó, 2015

Casa de Sinhara<sup>5</sup> (Figura 7) (Construída em alvenaria de pedra e taipa, seus elementos confirmam o partido adotado pela arquitetura de transição entre o colonial e o neoclássico).

Figura 7: Casa de Sinhara



Fonte: Tripadvisor, 2015

Casa de João José da Fonseca<sup>6</sup> (também representando o período de transição entre colonial e neoclássico, o tombamento se justifica pela proteção de uma parte da

---

<sup>5</sup> Inscrição Tombo 78 – II

<sup>6</sup> Inscrição Tombo 75 – II

paisagem urbana/ histórica de Castro), Casa da Praça Manoel Ribas, 152<sup>7</sup> (construída em 1863 em alvenaria de pedra e pau a pique, segue o mesmo estilo das casas anteriormente mencionadas), Casa Emília Ericksen<sup>8</sup> (Figura 8) (onde hoje funciona a Casa da Cultura foi originalmente o primeiro jardim de infância do Brasil; é um bom exemplo de arquitetura adotada no Estado durante a fase do tropeirismo).

Figura 8: Casa Emília Ericksen



Fonte: Gazeta do Povo, 2015

A Estação Ferroviária de Castro<sup>9</sup> (arquitetura simples em alvenaria de tijolos sobre embasamento de pedras; parte da Rede Ferroviária Federal S.A., está incluída no inventário realizado pelo IPHAN (2015) das ferrovias do Paraná).

Outra importante atratividade é Fazenda Capão Alto<sup>10</sup> (Localizada em terras de sesmarias concedida na região no início do século XVIII (1704); constituída pelo prédio histórico do casarão, um sítio arqueológico com ruínas de uma capela, além das casas usadas pelos escravos. Em 1983 foi tombada como patrimônio cultural do Paraná e está em processo de tombamento para ser considerada patrimônio cultural nacional pelo IPHAN<sup>11</sup>; Hoje, a Fazenda é regida por um plano diretor e conta com projetos

<sup>7</sup> Inscrição Tombo 74 – II

<sup>8</sup> Inscrição Tombo 73 – II

<sup>9</sup> Inscrição Tombo 133 – II

<sup>10</sup> Inscrição Tombo 80 – II

<sup>11</sup> Inscrição Tombo 80 - II

aprovados junto ao Ministério da Cultura), e o Museu do Tropeiro<sup>12</sup> (Figura 9) (Casa do século XVIII, Construída sobre uma base de pedras com colunas de madeira que sustentam toda a estrutura da cobertura).

Figura 9: Museu do Tropeiro



Fonte: Diário dos Campos, 2015

Com relação às atratividades naturais, a região conta com grutas e cavernas (sendo uma delas a *Olhos D'Água*), RPPN's (Fazenda Maracanã, São Francisco de Assis e Fazenda Cercado Grande), além de apresentar as paisagem de campo, presença de araucárias e formações rochosas, arenitos furnas, características típicas da região. Além disso, existe a Colônia de Castrolanda, com características culturais holandesas e com um dos maiores moinhos de vento do mundo, inaugurado em 2001.

### 3.1.2 TIBAGI

O município de Tibagi não possui edificações tombadas como patrimônio histórico pela Secretaria de Estado da Cultura, mas possui algumas edificações de relevância histórica e cultural para o município e região.

No centro existem a Igreja Nossa Senhora dos Remédios, o chamado *Centro Histórico* (PREFEITURA DE TIBAGI, 2015), formado pelos prédios históricos: biblioteca pública municipal, Palácio do Diamante (onde hoje é a sede da Prefeitura, antigamente

---

<sup>12</sup> Inscrição Tombo 63 - II

era um seminário), Casa da Cidade (onde hoje é destinada para eventos culturais antigamente era o mercado municipal), além de outros casarões do período colonial, e o Museu Histórico (Figura 10) (com pé direito alto, sem recuo da calçada, característica do período colonial).

Figura 10: Museu Histórico de Tibagi

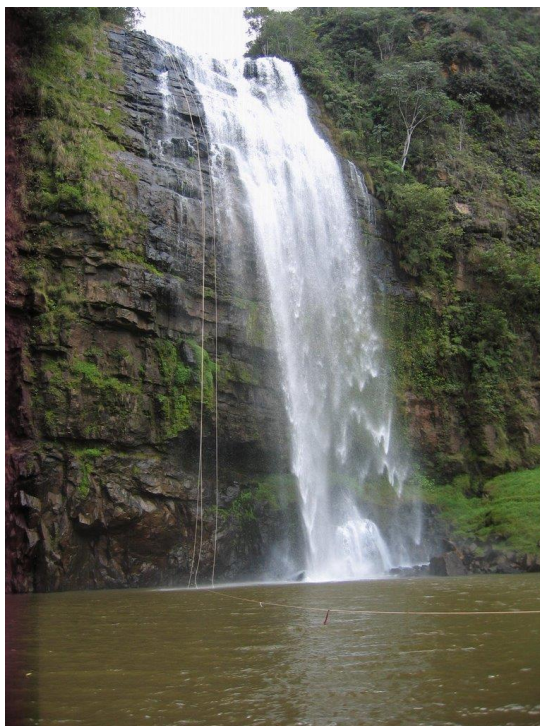


Fonte: Prefeitura de Tibagi, 2015

Na região de Tibagi ainda existem algumas RPPN's (Reserva Ecológica ITA-Y-TYBA, Fazenda Mocambo, Rancho Sonho Meu Parte 1 e Rancho Sonho Meu Parte 2), Salto Santa Rosa (Figura 11) (em propriedade particular).



Figura 11: Salta Santa Rosa



Fonte: Panoramio, 2015

A Fazenda São Damásio, Saltos (Santa Rosa, Puxa-Nervos), paisagens de campos e outros relevos (morro do jacaré) o Parque Estadual Canyon do Guartelá (Figura 12) (que se localiza entre os municípios de Castro e Tibagi),

Figura 12: Parque Estadual Canyon do Guartelá



Fonte: Guia Gazeta do Povo

abrigo nele quedas d'água, formações areníticas, inscrições rupestres, além da vegetação de campos e a presença de araucárias.

### 3.1.3 LAPA

O município da Lapa tem uma importância singular no que diz respeito à História do Paraná, principalmente por ter sido palco da Revolução Federalista, manifestando suas memórias como o Pantheon dos Heróis, o Monumento dos Tropeiros além de outros. Os atrativos histórico-culturais listados na Secretaria de Estado da Cultura tombados como patrimônio são: Casa Lacerda<sup>13</sup> (Figura 13) (Casa construída entre os anos de 1842 e 1845. Durante a Revolução Federalista serviu de quartel-general da 2ª brigada e por este fato histórico foi tombada pelo IPHAN em 1938.

Figura 13: Casa Lacerda



Fonte: Prefeitura da Lapa, 2015.

Atualmente o imóvel abriga um museu de época, demonstrativo do *modus vivendi* de uma família representativa da elite campeira paranaense. Para poder realizar qualquer tipo de registro visual, é necessária a autorização do IPHAN), Estação Ferroviária da Lapa<sup>14</sup> (Parte da antiga Rede Ferroviária Federal S.A., foi reinaugurada como espaço cultural para a comunidade), Igreja Matriz de Santo Antônio<sup>15</sup> (A edificação constitui bom exemplo da arquitetura luso-brasileira da segunda metade do

---

<sup>13</sup> Inscrição Tombo 36-II

<sup>14</sup> Inscrição Tombo 137-II

<sup>15</sup> Inscrição Tombo 35-II



século XVIII, pelo emprego da técnica em pedra, pela torre-sineira e pelo desenho barroco do frontão), Museu das Armas<sup>16</sup> (Figura 14) (A antiga casa de comércio e moradia do século XIX é um dos principais remanescentes urbanos da arquitetura luso-brasileira daquela época, e o imóvel é em estilo colonial, construído em alvenaria mista, argamassa, pedra e tijolo.)

Figura 14: Museu das Armas



Fonte: Prefeitura da Lapa, 2015.

A Casa Vermelha<sup>17</sup> (Pelas características que apresenta, trata-se de uma das mais antigas casas de moradia do município da Lapa, construída, provavelmente, no curso da primeira metade do século XIX. Atualmente é utilizada como Centro de Artesanato, ligado a administração da Prefeitura Municipal do município da Lapa.), Centro Histórico da Lapa<sup>18</sup> onde

tombado pelo Iphan, em 1992 - apresenta aspectos urbanísticos comuns às cidades implantadas ao longo do antigo caminho das tropas entre o Sul do Brasil Colônia e São Paulo: conformação linear com ruas estruturadas paralelamente ao Caminho das Tropas, interligadas por travessas de largura reduzida. A área tombada é composta de 14 quarteirões com 235 imóveis. Cidade setecentista, Lapa foi cenário de batalhas significativas, como a Guerra do Contestado e o episódio conhecido como o Cerco da Lapa, quando o exército florianista comandado pelo general Gomes Carneiro resistiu e lutou contra as forças federalistas do Rio Grande Sul, durante 26 dias em 1894 (IPHAN, 2015).

<sup>16</sup> Inscrição Tombo 28-II

<sup>17</sup> Inscrição Tombo 76-II

<sup>18</sup> Inscrição Tombo 94-II

Outra edificação que merece ser destaca no município da Lapa é o Teatro São João<sup>19</sup> (Figura 15) (apresenta características do período neoclássico; Utiliza internamente estrutura de madeira, disposta em forma de ferradura; Integrando o Centro Histórico da Lapa, e sendo edificação de expressão bastante significativa, como solução pioneira aplicada à organização de espaços cênicos).

Figura 15: Teatro São João



Fonte: Prefeitura da Lapa, 2015.

Como atrativos naturais, o município tem o Parque Estadual do Monge – gruta do Monge (Possui uma área de 371,6 hectares, de mata atlântica sendo considerado uma reserva de Patrimônio Natural de significativo valor para o município da Lapa.), Parque Estadual do Passa Dois “São 255 hectares reflorestados com espécies exóticas e vegetação nativa, sendo que a área se caracteriza pelo programa de reintegração de fauna com a criação de capivaras, onde o visitante pode observá-las bem como seus hábitos e costumes.” (GOVERNO DO PARANÁ, 2015). Além disso, a região é composta por áreas de campos, lapas, quedas d’água, vegetação da mata atlântica, formações areníticas e lapas.

---

<sup>19</sup> Inscrição Tombo 21-II

### 3.1.4 PONTA GROSSA

No município de Ponta Grossa as atrações listadas na Secretaria de Estado da Cultura tombados como patrimônio são: Antigo Edifício Fórum da Comarca de Ponta Grossa<sup>20</sup> (Da inauguração do prédio em 1928, até 1982, ali funcionou o Fórum de Ponta Grossa. A partir de então passou a abrigar o Museu Histórico da Universidade Estadual de Ponta Grossa, apesar de ter permanecido fechado por anos para restauração do prédio), Hospital 26 de Outubro<sup>21</sup> (O imóvel integra o conjunto de edifícios da Rede Ferroviária, localizados em Ponta grossa, os quais já estão tombados pelo Estado do Paraná. Construído para hospital da rede Ferroviária, foi inaugurado em 25 de janeiro de 1931), Capela Santa Bárbara do Pitangui<sup>22</sup> (está localizada a 14 km do município - a capela foi toda construída com material existente em maior quantidade na região – arenito furnas, assentada sobre um grande bloco do mesmo material), Colégio Regente Feijó<sup>23</sup> (É um importante marco da paisagem urbana do município de Ponta Grossa. É um importante marco da paisagem urbana do município de Ponta Grossa), Edifício da PROEX<sup>24</sup> (O edifício foi construído no ano de 1906 por objetivo comercial – funcionou como loja de ferragens por vários anos e hoje está sob a administração da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG).

As Estações de Passageiros da Estrada de Ferro de Ponta Grossa<sup>25</sup> (Figura 16) são um marco da evolução urbana do município do desenvolvimento da região, fortalecendo Ponta Grossa como entroncamento econômico regional.

---

<sup>20</sup> Inscrição Tombo 105-II

<sup>21</sup> Inscrição Tombo 149-II

<sup>22</sup> Inscrição Tombo 135-II

<sup>23</sup> Inscrição Tombo 104-II

<sup>24</sup> Inscrição Tombo 106-II

<sup>25</sup> Inscrição Tombo 100-II

Figura 16: Estação de Passageiros da Estrada de Ferro



Fonte: Prefeitura de Ponta Grossa

Inaugurada em 1894, a primeira estação construída em alvenaria é composta por dois pavimentos. Devido ao aumento da demanda pelo transporte ferroviário, tornou-se necessária a construção de uma segunda estação em 1898 na forma de um conjunto cujo corpo principal possui dois andares e tem em cada lado edificações de um só pavimento (GOVERNO DO PARANÁ, 2015).

Como atrativos naturais tem-se o Parque Vila Velha, Furnas e Lagoa Dourada<sup>26</sup> (Figura 17) (está localizada na zona subtropical, caracterizada pelas baixas temperaturas no inverno e verões brandos, e faz parte dos chamados *Campos Gerais*, em terreno dominado pelo arenito da Formação Furnas.

---

<sup>26</sup> Inscrição Tombo 05-I

Figura 17: Parque Estadual de Vila Velha



Fonte: Fala Turista, 2015.

Toda a região é constituída de rochas com ótima permeabilidade e porosidade. O afloramento de água em muitos pontos, o que alimenta o nível estático das Furnas e da Lagoa Dourada (GOVERNO DO PARANÁ, 2015)), Vila Hilda<sup>27</sup> (Figura 18) (a disposição da construção, inusitada, se soma a várias outras singularidades da concepção arquitetônica, como o jogo orgânico de reentrâncias e saliências de volumes de alturas variadas).

Figura 18: Vila Hilda



Fonte: Prefeitura de Ponta Grossa, 2015.

---

<sup>27</sup> Inscrição Tombo 99-II

Além das atrações supracitadas, a região de Ponta Grossa possui grandes áreas de Campos, bem como formações areníticas e vegetação rasteira, araucárias e o pôr-do-sol *colorido*.

#### 4. PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NOS CAMPOS GERAIS - LOCAÇÕES

Os municípios pertencentes à Região dos Gerais apresentam características geográficas e históricas que são critérios de classificação como tal. Algumas destas características são evidenciadas nesta pesquisa como símbolos identificadores da região: as formações rochosas (arenitos), vegetação rasteira, cachoeiras, araucária.

Cada uma dos municípios onde tiveram produções realizadas foram escolhidas por suas atratividades e pelas características que poderiam contribuir para a história a que se propunha contar.

O Brasil enfrenta um grande desafio quando se trata de cinema, principalmente no que se refere ao fato de não se ter uma indústria cinematográfica<sup>28</sup> consolidada, mas está ampliando sua gama de produções e, conseqüentemente, mostrando mais dos destinos turísticos do país (MICHEL; AVELLAR, 2012). Um fator que auxilia o aumento das produções são as políticas de incentivo à cultura, com editais específicos representados pela Ancine (agência nacional de cinema).

As histórias contadas pelo cinema mostram enredos que por vezes dependem do lugar onde supostamente acontecem, mas muitas vezes são atemporais e independentes de lugar específico. Um movimento recente indica que os países fazem concessões cada vez mais significativas para as produções cinematográficas para que certos destinos se tornem sets de filmes (LAWALL, 2013). Neste aspecto, a maneira como o lugar será mostrado deve ser muito bem pensada e estruturada para que a imagem resultante seja positiva e que os aspectos cognitivo e afetivo sejam despertados no turista em potencial.

No Estado do Paraná, os dados e registros localizam o início das produções cinematográficas no município de Curitiba, onde o desenvolvimento chegou antes do que em outras partes do Estado. Em sua pesquisa, Alvetti (2005) classifica as produções como audiovisuais, sem ter que ter, necessariamente, um comprometimento com a forma do vídeo, partindo do princípio onde não se tem intuito comercial.

---

<sup>28</sup> Indústria Cinematográfica consiste no conjunto de empresas que estão envolvidas direta ou indiretamente nas produções cinematográficas como, por exemplo, estúdios, gravadoras, empresas na fabricação de equipamentos utilizados no cinema, etc.



Alvetti (2005) considera que:

por cinema paranaense ou cinema do Paraná, entende-se aquele realizado no estado, com, pelo menos, parte dos recursos de produção locais e com diretor paranaense ou radicado no Paraná. Como audiovisual paranaense considera-se a produção nas mesmas condições, produzida em película ou em outro suporte de imagem em movimento.

A autora dividiu os registros que conseguiu encontrar em épocas de produção audiovisual e dividiu-os em: Primeira época (1897–1930); Segunda época (1931 – 1968); Terceira época (1969–1991); Quarta época (1992–2002); Quinta época (2003 – ...)

A primeira época compreende o período entre 1897 até 1930 com as primeiras exposições cinematográficas, com a realização de *Pátria Redimida*, considerado o filme mais importante do cinema paranaense antigo. Na considerada segunda época, o governo Getúlio Vargas incentivava a produção de cinema no Brasil. Este período, segunda época da história do cinema paranaense, teve sua ruptura no final dos anos 1960, com a realização do primeiro longa-metragem de Sylvio Back, *Lance Maior* (1968). A terceira época durou 22 anos, de 1969 a 1991, e foi marcada pela produção alternativa, primeiro em Super 8, e depois em vídeo. A quarta época teve seu início em 1992, com a criação da Avec, Associação de Cinema e Vídeo de Curitiba, que propõe a reorganização da classe, para otimização dos benefícios das leis de incentivo fiscal à produção. É o período que corresponde à chamada fase de retomada do cinema brasileiro, que duraria cerca de dez anos, tendo o filme *Cidade de Deus* como delimitador (no caso do Paraná, aponta-se *Visionários*, documentário experimental de Fernando Severo, como referência para essa transição). Sendo assim, a quinta época do cinema paranaense está alinhada, cronologicamente, ao período atual, pós 2003.

Assim como em várias partes do Brasil, o Paraná, mais especificamente a Região dos Campos Gerais, foi cenário para algumas produções cinematográficas que buscavam paisagens específicas da região. A delimitação dessa região para a presente abordagem pode ser observada na Figura 4 anteriormente exibida. São eles: *O preço da Paz* (2003), filmado totalmente no Paraná nos municípios de Castro, Lapa, Ponta Grossa e Paranaguá, que retrata a Revolução Federalista; *Corpos Celestes* (2010), filmado em Castro, Piraquara, Araucária e Curitiba, que fala sobre a história de um



astrônomo muito dedicado em sua pesquisa e que teve um passado traumático no pequeno município onde morava; *Cafundó* (2005), sobre a história do *Preto Velho João de Camargo* no século 19, filmado em Ponta Grossa, Lapa, Paranaguá e Antonina; e *Os Xeretas* (2001), filmado na região de Castro.

A seguir, encontra-se uma caracterização dos filmes a partir dos cenários reconhecidos na filmagem enquanto partes do destino turístico, região dos Campos Gerais, no Paraná. Foram destacados alguns elementos característicos que se repetem e podem ser facilmente identificáveis.

#### 4.1 O PREÇO DA PAZ

O filme *o Preço da Paz do ano de 2003* teve a direção de Paulo Morelli e atuação de Herson Capri no papel do Barão do Cerro Azul, Giulia Gam no papel de sua esposa, Lima Duarte como o maragato Gumercindo. Sua sinopse:

A Revolução Federalista coloca em evidência a garra e a determinação dos heróicos gaúchos que ficaram conhecidos ao longo do tempo como *Maragatos*. Um golpe do Presidente Floriano fecha e logo em seguida reabre o Congresso Nacional, para colocar a mesa de decisões um grupo de correligionários que rezavam pela sua cartilha. No sul do país, inconformados, os idealistas revolucionários Maragatos se insurgem e avançam para o Rio de Janeiro. O intuito: se juntar às tropas do Almirante Saldanha para, juntos, deporem o Presidente. (ADORO CINEMA, 2015)

Na Figura 19 é possível observar a foto do edifício datado de 1924 que está situado no município da Lapa, no Centro Histórico, onde se encontram as construções mais antigas do município tombadas pelo patrimônio nacional.

Figura 19: Fundação Hyppolito e Amelia Alves d'Araujo



Fonte: Circulando por Curitiba, 2015.

Na Figura 20 pode-se notar a Fundação Hyppolito em uma das cenas do filme, logo em seu início. Como citado acima, faz parte de umas das construções tombadas como patrimônio histórico pelo Iphan e representa a arquitetura antiga presente do Estado do Paraná. Este edifício que antes funcionava como casa de saúde na década de 20 e, posteriormente, hospital, está inativo desde o ano de 2004, apesar de ser um dos lugares visitados pelos turistas quando vão para a Lapa. Este tipo de construção é característico da época retratada no filme. A araucária ao fundo, um dos símbolos do Paraná, torna a identificação da região mais evidente.

Figura 20: Fundação Hyppolito e Amelia Alves d'Araujo



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (05'23)

Na Figura 21, pode-se perceber a foto tirada da sequência de casas do Centro Histórico da Lapa. A casa azul onde é o Centro de Informações Turísticas pode ser avistada, bem como outras construções que possuem traços arquitetônicos do mesmo período, com janelas retangulares e simples da casa voltadas diretamente para a rua, sem a limitação com muros ou grades, os telhados feitos com telha de barro e com caimento para a rua. A pavimentação da rua é feita com pedras, assim como antigamente também.

Figura 21: Sequência de casas do Centro Histórico da Lapa



Fonte: Circulando por Curitiba, 2015.

Esta sequência de casas, também datando do mesmo período da Fundação Hyppolito, aparece no filme com algumas modificações, sem os elementos que mostram os dias atuais como placas de sinalização e numeração da casa.

Na Figura 22 podem-se observar as mesmas casas mostradas na Figura 7, apenas por outro ângulo. O tipo da filmagem faz com que a iluminação fique diferenciada, assumindo uma coloração amarelada dando um aspecto antigo, remetendo ao tratamento de imagem *sépie*.

Figura 22: Casas do Centro Histórico



Fonte: Retirado do filme O preço da Paz - 05'36"

Apesar de a filmagem ter sido feita a partir de outro ângulo, podem-se perceber as casas rosa e azul na mesma sequência. Para o filme foram eliminadas quaisquer referências de modernidade, como por exemplo, sinalização (este efeito se consegue pelo posicionamento da câmera conseguindo assim um bom ângulo, ou ainda pela autorização da prefeitura de tirar sinalizações nas edificações). Os fios elétricos são subterrâneos, o que ajudou nesse processo de ambientação. A casa azul em questão é onde hoje se situa o centro de informações turísticas da Lapa, considerado também um dos atrativos do município, parte dos patrimônios tombados pelo IPHAN. Ao fundo, atrás das casas, pode-se notar a copa de uma araucária, árvore símbolo do Estado do Paraná e da região.

Na Figura 23, pode-se observar a região de campos e solo que pode ser considerado acidentado pela presença de aberturas tipo canyon. Esta área apresentada no filme faz parte do Parque Estadual do Canyon do Guartelá.



Figura 23: Região dos Campos Gerais - Canyon Guartelá



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (09'07")

Nesta imagem pode-se identificar a Região dos Campos Gerais pela vegetação rasteira, arenitos e deformação geológica que é parte do Parque Estadual do Canyon Guartelá, criado em 1992 e implantado em 1997. Esta imagem e outras que se seguem foram feitas especificamente na Fazenda São Damásio, localizada oficialmente no entorno do Parque, e em alguns momentos do filme se percebe que se trata do mesmo lugar.

Na Figura 24 pode-se perceber parte do mesmo cenário de campos, também na região do Guartelá. Esta cena acontece no entardecer e o aspecto amarelado ganha mais destaque que nas imagens anteriores. Na linha do horizonte ao longe se pode observar um conjunto de árvores agrupadas, também característica da região onde se predomina o campo.

Figura 24: Região dos Campos Gerais



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (25'13")

A vegetação rasteira e o aspecto geológico (campos irregulares, relevo acidentado) são os dois elementos que se destacam nesta cena, possibilitando a identificação da Região.

Na Figura 25 tem-se mais um exemplo dos campos com vegetação rasteira, mas com mais formações rochosas. Podem-se observar paredões de arenitos formados ao longo do caminho que se estendem até a linha do horizonte, compondo uma das paisagens típicas dos Campos Gerais.

Figura 25: Região do Canyon Guartelá



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (26'49")

As mesmas características das imagens anteriores podem ser percebidas nesta, sendo elas: a vegetação rasteira por sobre as formações geológicas irregulares. O colorido da vegetação também pode ser notado, pela variedade das tonalidades de verde e amarelo que compõem esta paisagem.

Na Figura 26, mais uma imagem do filme mostrando o aspecto natural da região dos Campos Gerais. Detalhe para o conjunto de árvores no lado esquerdo superior da imagem, bem distantes do ponto de vista do observador. O sombreado dos campos pelas nuvens dá um toque especial nesta composição.



Figura 26: Região do Canyon Guartelá



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (26'53")

As cores compondo esta paisagem podem ser muito bem percebidas, mais que na imagem anterior, pela maior variedade de tonalidades. O aspecto do canyon é notável ganhando destaque por estar centralizado na imagem. Mais uma vez, a vegetação rasteira e o aspecto geológico se destacam como características marcantes da região.

Na Figura 27 pode-se observar que a vista é de cima, mostrando detalhes das formações rochosas, tão características da região. Por sobre os arenitos é possível identificar que existe vegetação um pouco diferenciada da área de campo. Esta sequência de filmagem foi realizada na região do Parque Estadual do Guartelá, em meio aos arenitos existentes na região da Fazenda São Damásio.

Figura 27: Formações Geológicas



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (36'15")

Nesta cena pode se perceber os campos de vegetação rasteira ao fundo e, em primeiro plano se percebem os arenitos, formações geológicas características da região. Toda a sequência de tiroteio pode perceber que o caminho que os maragatos seguem é por entre as formações rochosas.

Na Figura 28 tem-se o *print screen* do site *Trilhas Guartelá*, que divulga as trilhas possíveis de serem realizadas, incluindo a da Fazenda São Damásio, onde boa parte das capturas de imagens foi realizada.

Figura 28: Cenas filmadas na Fazenda São Damásio - Guartelá



Fonte: Trilhas Guartelá, 2015.

O texto referente à respectiva trilha dentro da fazenda se apresenta da seguinte forma:

A Fazenda São Damásio situa-se no Guartelá de cima, rica em história dos quilombolas. A fazenda foi cenário do filme *O Preço da Paz* filme brasileiro de 2003, do gênero drama, dirigido por Paulo Morelli e com roteiro de Walter Negrão, baseado no livro de Túlio Vargas. A produção retrata um dos momentos mais importantes da história do Brasil, a Revolução Federalista e as suas consequências. (Barão do Cerro Azul). Neste passeio visitante vislumbrará os paredões do Canyon Guartelá passando pela lapa de pinturas rupestres e margeando o vale do rio Iapó. Duração do percurso está estimado de 3 a 4 horas. Os atuais proprietários são Frederico Zens e Herta Zens, são ricos em história e cultura alemã. Descendentes de alemães, falam fluentemente a língua alemã. (TRILHAS GUARTELÁ, 2015)

Na Figura 29 observam-se os altos paredões rochosos formados pela natureza, como cenário, parte da sequência de perseguição dos maragatos aos pica-paus (exército do governo). A sequência de imagens nesta parte do filme é escura e a imagem selecionada ficou de difícil percepção. Sendo assim, a seguinte Figura foi tratada com brilho para que as características apontadas pudessem ser melhor observadas.

Figura 29: Paredões Rochosos



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (38'23")

Dentro da Fazenda São Damásio, esta é uma área que se identifica como sendo parte do Canyon Guartelá, pois se pode perceber que é uma grande fenda por entre formações rochosas.

Na Figura 30 o grande destaque é o casarão da Fazenda Capão Alto, atrativo cultural pertencente à região do município de Castro. Nesta cena o Barão do Cerro Azul se vê sem alternativa a não ser tentar negociar com o chefe dos maragatos levando dinheiro até onde o grupo estava instalado. Esta atitude fez com que ele fosse considerado traidor aos olhos dos governantes da época.

Seguinte a esta sequencia de imagens, tem-se a casa mostrada por dentro, a partir de uma ambientação necessária para o filme. Não existem muitos móveis, o que facilita na observação dos detalhes da pintura das paredes que ainda são originais.



Figura 30: Fazenda Capão Alto



Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (49'33")

O casarão da Fazenda Capão Alto é facilmente identificado pela estrutura de sua construção que é singular. O muro em volta com detalhes vazados pela disposição dos próprios tijolos. Ao fundo se vê uma araucária, um dos símbolos utilizados como divulgação da região. Um dos aspectos interessantes com relação a este casarão é que ele é mantido com as mesmas cores desde que foi construído.

Na Figura 31 tem-se o casarão da Fazenda conforme se configura nos dias de hoje. Note-se que a característica se mantém as mesmas, com exceção de alguns poucos elementos de cena que foram utilizados durante as filmagens.

A arquitetura antiga é notável com janelas retangulares espaçadas em distâncias iguais umas das outras de maneira simétrica, portas de madeira que acompanham quase a altura da casa e área larga com escadaria na frente.

FIGURA 31: Fazenda Capão Alto



Fonte: Fazenda Capão Alto, 2015.

Aqui o casarão da Fazenda Capão Alto se mostra como aparece no filme, com as mesmas cores e mesmo aspecto de antigo. Ao contrário do que aparece no filme, dentro do casarão não existem móveis quaisquer. Mesmo assim as pinturas das paredes e os materiais de construção como o piso ainda são originais.

Na Figura 32 o interior do Teatro São João, localizado no município da Lapa, Pr, é apresentado brevemente. A imagem a seguir foi tratada para que as características pudessem ser um pouco melhor observadas, pois no filme, além de ser breve, a sequencia tem uma iluminação escura.

Figura 32: Teatro São João na Lapa



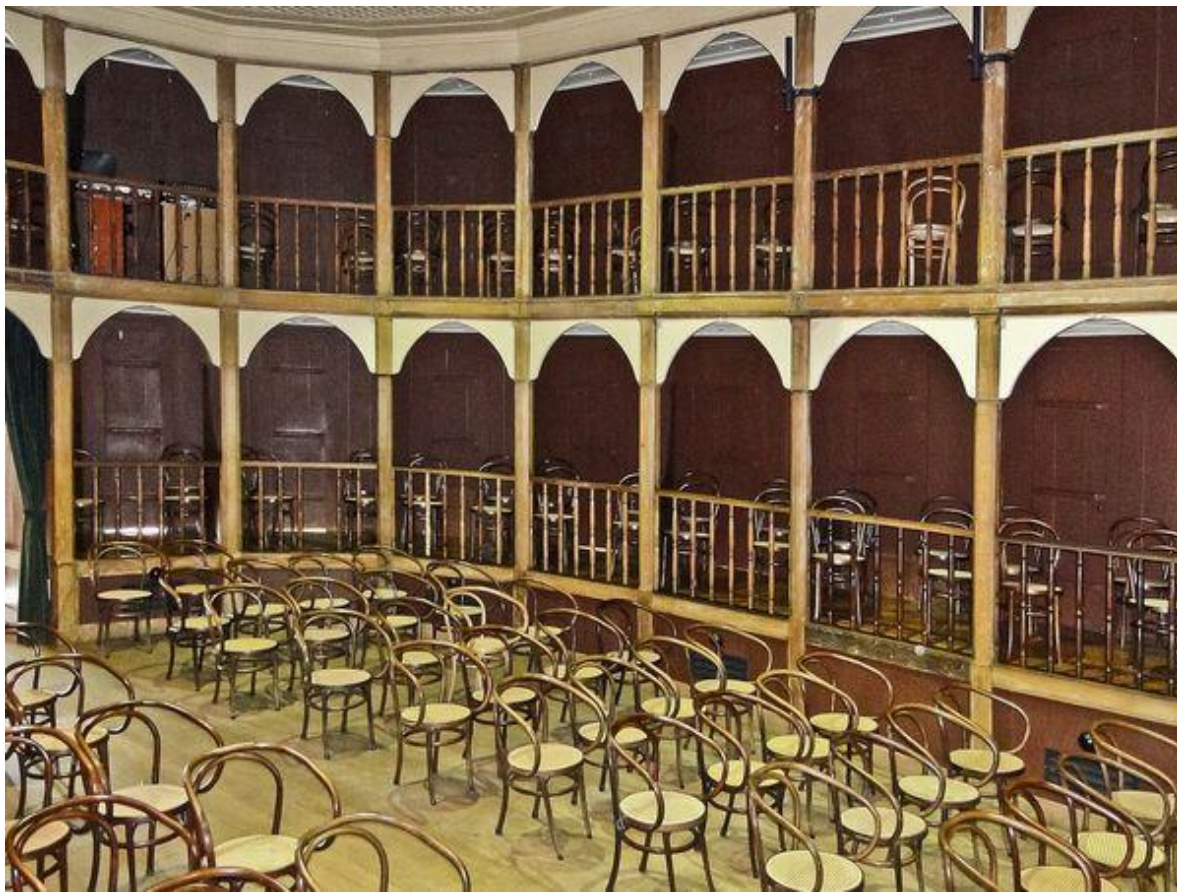
Fonte: Retirado do filme *O Preço da Paz* (1:28'34'')

Nesta cena podem-se observar os soldados machucados durante a Revolução Federalista e os condenados de guerra. O Teatro São João foi utilizado realmente como enfermaria e refúgio dos soldados no que ficou conhecido como o Cerco da Lapa (Durante a Revolução Federalista, o General Argulo reuniu tropas que seguiram para a Lapa, sitiada pelo comandante dos maragatos, Gumercindo Saraiva. Lá então se deu o confronto da Lapa que ficou conhecido pelo nome *Cerco da Lapa*). No filme esta cena acontece como se fosse em Curitiba, não diretamente ligado ao cerco. Informações mais precisas não foram encontradas, mas pode ser que esta tenha sido uma homenagem ao próprio município da Lapa, onde foram realizadas boa parte das filmagens.

Na Figura 33, pode-se observar o Teatro São João como está nos dias de hoje em seu interior.



FIGURA 33: Teatro São João na Lapa



Fonte: Kekanto, 2015.

Este é o teatro São João depois de ter sido restaurado, do jeito que foi inaugurado no século XVIII, um dos atrativos mais significativos da Lapa, por sua história e visitantes ilustres que já frequentaram o lugar como, por exemplo, Dom Pedro II, em 1880<sup>29</sup>.

## 4.2 OS XERETAS

O filme *Os Xeretas* do ano de 2001 teve a direção de Michael Ruman e atuação de Fábio Lins no papel de Duda, Ana Lucia Torre no papel de Alana e Francisco Cuoco como Stegner. Sua sinopse:

Duda (Fábio Lins), Tato (José Eduardo Gomes) e Nick (José Luiz Batistella) são três amigos inseparáveis que são conhecidos pela população local como os *Xeretas*. Num dia eles encontram uma pequena menina com um símbolo tatuado no braço, que está vagando perdida pela cidade. Com a ajuda da

<sup>29</sup> <http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=120>



mística Alana (Ana Lúcia Torre), eles descobrem que a garota é na verdade uma viajante dos portais do tempo e do espaço e que faz parte dos Aleph, um povo responsável pela segurança destes portais. A pequena menina precisa retornar ao seu mundo e para isto é necessário que tenha em mãos um medalhão, que é a chave dos portais, pois senão morrerá. Visto isso, os *Xeretas* resolvem ajudá-la, indo em busca dos ladrões que roubaram o medalhão, que estava em um museu de São Paulo até pouco tempo atrás (ADORO CINEMA, 2015).

Na Figura 34 pode-se observar a ferrovia de Castro, não como cenário forjado, mas como o próprio lugar.

Figura 34: Estação Ferroviária de Castro



Fonte: Retirado do filme *Os Xeretas* (12'02")

Nesta imagem pode-se notar que o nome do município é evidente. No caso deste filme, a história poderia ter acontecido em qualquer município pequeno, desconsiderando o fato de contar que aconteceu em Castro. O estilo da ferrovia segue um estilo muito encontrado por todo o Brasil, principalmente na região Sul.

Na Figura 35 pode-se observar a sequência da cena anterior (Figura 18) onde mostra os meninos andando de bicicleta, voltando para casa.

Figura 35: Estação Ferroviária de Castro



Fonte: Retirado do filme *Os Xeretas* (12'08")

Nesta imagem, em segundo plano pode-se observar a vegetação característica da região, principalmente pela presença de araucárias. De outro ângulo, pode-se observar com um pouco mais de detalhe a estação. A ferrovia é um dos patrimônios culturais do município de Castro desde 2000 e sua estrutura vinha se degradando devido à falta de manutenção necessária<sup>30</sup>. Em Maio deste ano (2015), entretanto, foi iniciada a restauração do prédio. Futuramente este deverá ser o centro de apoio aos turistas<sup>31</sup>.

Na Figura 36 é possível observar uma das casas que fazem parte do centro histórico do município de Castro, onde hoje se localiza o museu do tropeiro, mostrando toda a história dos viajantes que levavam o gado passando pelo Estado do Paraná até chegar em São Paulo.

---

<sup>30</sup> <http://globoTV.globo.com/rpc/parana-tv-1a-edicao-ponta-grossa/v/estacao-ferroviaria-de-castro-e-ameacada-por-acao-do-tempo-e-de-vandalos/2734101/>

<sup>31</sup> <http://www.castro.pr.gov.br/index.php/noticias/1278-inicia-restauracao-da-estacao-ferroviaria-de-castro>

Figura 36: Centro Histórico de Castro



Fonte: Retirado do filme *Os Xeretas* (12'17")

Em toda a sequência que apresenta o centro histórico do município, se percebe as construções com características arquitetônicas do século XVIII, com o pé direito mais baixo, a construção que não tem cerca, com porta e janelas diretamente conectadas com a rua. Durante todo o tempo do filme, e aqui evidenciado, notam-se as araucárias que existem por todo o município.

Na Figura 37, mais uma construção arquitetônica do Centro Histórico, característica do século XVIII.

Figura 37: Centro Histórico de Castro



Fonte: Retirado do filme *Os Xeretas*(12'19")

A história do filme *Os Xeretas* se passa no município de Castro, não somente como cenário, mas como lugar do próprio enredo. É uma ficção envolvendo um povo de viajantes no tempo e no espaço. Apesar de o município ser apenas pano de fundo, na cena que mostra os meninos andando de bicicleta na estação ferroviária do município, pode-se observar que o nome do município não foi retirado com edição de imagens, mas sim mantido, fazendo-se notória o conhecimento de qual município que se fala. O centro histórico aparece durante o filme em vários momentos, bem como a vegetação característica da região dos Campos Gerais, notada principalmente pela aparição das araucárias nas filmagens.

#### 4.3 CORPOS CELESTES

O filme *Corpos Celestes* do ano de 2009 teve a direção de Marcos Jorge e Fernando Severo e atuação de Dalton Vigh no papel de Francisco adulto, Rodrigo Cornelsen no papel de Francisco quando criança e Carolina Holanda no papel de Diana. Sua sinopse:

Quando criança, Francisco (Dalton Vigh/Rodrigo Cornelsen) era um garoto inquieto, que vivia sendo perseguido pelo irmão Ismael (Pedro Inque). Ao ser provocado, ele resolve ir ao casarão do americano Richard (Antar Rohit), que tem fama de maluco na região. Lá encontra um telescópio, o qual passa a olhar as estrelas. Logo Francisco faz amizade com Richard e passa a ir a casa dele frequentemente. Isto não é visto com bons olhos por seu pai (Zeca Cenovitz), que o proíbe de retornar ao local. Entretanto, os breves momentos juntos despertaram em Francisco a paixão pela astronomia, ciência a qual estuda ao crescer (ADORO CINEMA, 2015).

Na Figura 38 pode-se observar o casarão da Fazenda Capão Alto à noite, com a mesma aparência identificada no filme *O Preço da Paz*.

Figura 38: Casarão da Fazenda Capão Alto



Fonte: Retirado do filme *Corpos Celestes* (6'05")

O Casarão da Fazenda Capão Alto, como foi citado anteriormente, é patrimônio cultural de Castro desde 1983 e é um dos atrativos da região. Hoje é um Espaço Cultural e foi lançada uma revista chamada Sant'ana “com fins de divulgação das ações realizadas no espaço e em Castro” (FAZENDA CAPÃO ALTO, 2015).

Na Figura 39, pode-se ver o pôr do sol na região dos Campos Gerais, com várias tonalidades de laranja e amarelo.

Figura 39: Pôr do Sol nos Campos Gerais



Fonte: Retirado do filme *Corpos Celestes* (9'38")

O por do sol da região dos Campos Gerais se destaca pela sua beleza e neste trabalho é apresentado como uma de suas características que pode ser abordado como mais um símbolo. No município de Ponta Grossa, por iniciativa da Prefeitura Municipal, foi feito um concurso de fotografias com o tema do por do sol e qualquer pessoa poderia participar. Ao final, foi realizada uma exposição com todas as fotografias selecionadas<sup>32</sup>.

Na Figura 40 é possível visualizar o casarão da Fazenda Capão Alto visto por dentro. Nesta cena do filme o menino Francisco entra na *casa do americano* para deixar algumas frutas.

---

<sup>32</sup> <http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/paranativ-1-edicao/videos/t/edicoes/v/imagens-do-por-do-sol-viram-exposicao/4457304/>



Figura 40: Casarão da Fazenda Capão Alto visto por dentro.



Fonte: Retirado do filme *Corpos Celestes* (11'05")

No filme, o americano que mora no casarão é tido como o maluco do município. Em toda esta sequência de imagens é possível acompanhar o menino por todo o caminho que ele faz. Ao mesmo tempo se pode ver o primeiro andar a partir de um panorama geral. Os móveis no interior foram escolhidos para criar um ambiente característico dos anos 70, época em que a história se passa.

Na Figura 41 a imagem de Campo com araucárias em ambas as laterais, criando um cenário onde se conta uma história, com o menino andando de bicicleta bem ao fundo.

Figura 41: Campos Gerais



Fonte: Retirado do filme *Corpos Celestes* (17'08")

No filme *Corpos Celestes* o município pequeno no qual Francisco (Dalton Vigh) nasceu não tem nome no filme, mas é representada pela região de Castro. Logo no início pode-se identificar o casarão da Fazenda Capão Alto com suas cores inconfundíveis, azul e branco. Ao longo da primeira metade do filme se percebem cenas mostrando os campos e vegetação nativa da região (araucárias) bem como o pôr do sol intenso, também característico. Francisco, o personagem principal, aos oito anos de idade, faz amizade com um americano que mora no casarão. Várias cenas mostram o interior da casa, podendo-se notar aspectos de decoração ainda intactos, bem como o aspecto da casa como um todo, que é patrimônio do município de Castro.

#### 4.4 CAFUNDÓ

O filme *Cafundó* do ano de 2005 teve a direção de Clóvis Bueno e Paulo Betti, e atuação de Lázaro Ramos no papel de João de Camargo, Chica Lopez como sua mãe e Leona Cavalli como Rosário, esposa de João de Camargo. Sua sinopse:

João de Camargo (Lázaro Ramos) viveu nas senzalas em pleno século XIX. Após deixar de ser escravo ele fica deslumbrado com o mundo em



transformação ao seu redor e desesperado para viver nele. O choque é tanto que faz com que João tenha alucinações, acreditando ser capaz de ver Deus. Misturando suas raízes negras com a glória da civilização judaico-cristã, João passa a acreditar que seja capaz de curar e realmente acaba curando. Ele torna-se então uma das lendas brasileiras, se popularizando como o Preto Velho. (ADORO CINEMA, 2015)

O longa-metragem brasileiro *Cafundó* conta a história de João de Camargo, figura representativa do sincretismo religioso no Brasil. As filmagens foram realizadas no ano de 2003 e o filme foi lançado no ano de 2005.

No site de divulgação do próprio filme (<http://www.cafundo.com.br/site.htm>), é dito que as filmagens foram realizadas nos municípios da Lapa, Ponta Grossa, Paranaguá e Antonina, bem como em São Paulo, na própria região de Sorocaba, onde a história de João de Camargo aconteceu de fato.

Os sets de filmagens e locações não são divulgados com detalhes, mas lendo os depoimentos dos bastidores no site oficial sabe-se que:

No Buraco do Padre, a equipe de *Cafundó* se preparava para rodar uma cena em que João de Camargo (Lázaro Ramos) e sua mãe (Chica Lopez) caminham sem destino pouco antes de encontrar quase por acaso o quilombo em que ficariam morando(...) (CAFUNDÓ, 2015).

Outra passagem do site cita que:

Cerca de 80% do longa-metragem tem a cidade de Ponta Grossa - conhecida como 'Princesa dos Campos' - como cenário natural. As características históricas e arquitetônicas renderam ao município as gravações do filme, com locações na cachoeira do Rio São Jorge, Buraco do Padre, Fazenda Capão do Meio e Vila Velhinha (próximo ao Parque Estadual de Vila Velha). 'Ponta Grossa foi o cenário que a gente sempre enxergou para o filme. E além disso, o apoio que recebemos da Prefeitura e da população foi fundamental' destaca o produtor executivo, Caio Gullane, lembrando que foram fornecidos pelo município hospedagem, transporte e alimentação para os atores e equipe técnica. Os pontagrossenses acolheram com tanto carinho (CAFUNDÓ, 2015).

Na Figura 42, tem-se uma imagem do pôr do sol nos Campos Gerais.

Figura 42: Entardecer nos Campos Gerais



Fonte: Retirado do filme *Cafundó* (5'33")

Nesta cena do filme pode-se observar o entardecer nos Campos Gerais, com a cor do céu alaranjada e grande área de campo com vegetação rasteira. Nesta sequência em específico, o filme faz referência aos tropeiros, que levavam gado e cavalos para a região de São Paulo e passavam pelo Estado do Paraná.

Na Figura 43 pode-se observar a grande área de campos por meio de um corte de imagem bem amplo, onde se pode observar o relevo acidentado com uma considerável inclinação. A vegetação rasteira toma conta do cenário, onde em um vasto espaço é a única coisa que se vê como elemento.

Figura 43:campos gerais



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (17'24")

Nesta cena pode-se observar a paisagem característica da região dos Campos Gerais, vegetação rasteira e relevo irregular.

Na Figura 44 dá para notar as formações rochosas características, os arenitos, bem como a vegetação em sua superfície.

Figura 44: arenitos



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (18'57")

Nesta sequência de cenas, podem-se observar os arenitos comuns na região do entorno do Buraco do Padre. A vegetação rasteira está presente, bem como a vegetação comum no topo dos arenitos.

Na Figura 45, do alto dos arenitos é possível perceber a vaste região de campo, com os aglomerados de arenitos e vegetação.

Figura 45: arenitos



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (22'59")

Visto de outro ângulo, a mesma região do Buraco do Padre, com os arenitos, a vegetação rasteira, mas também se percebe melhor o relevo irregular.

Na Figura 46 observa-se a Casa Lacerda, situada no município da Lapa, Pr.

Figura 46: Lapa - casa Lacerda



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (27'24")

A casa Lacerda, situada no município da Lapa, é uma residência tradicional da região. As cenas em que aparece mostram o seu interior, que mantém a mesma configuração dos móveis de antigamente, quando ainda era uma residência familiar. Hoje é um dos atrativos que ajudam a contar a história da Lapa e de uma das famílias mais influentes da região.

Na Figura 47, é possível observar com detalhes os arenitos por onde os personagens caminham, mostrando as irregularidades das rochas, bem como sua coloração muitas vezes acinzentada com sinais brancos das intempéries do tempo. Esta sequência também foi feita na Região do Buraco do Padre.

Figura 47: Arenitos



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (53'36")

Os arenitos, característica forte da região aparece, como observado anteriormente, em várias cenas do filme. Nesta em questão, pode-se observar as formações irregulares de rocha e a vegetação que nasce nas partes mais arenosas.

Na Figura 48, identifica-se o Theatro São João, pela inscrição no edifício.

Figura 48: Theatro São João na Lapa



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (58'33")

Nesta cena mostra-se o momento em que o povo canta o hino nacional, mas no alto do edifício se percebe que está escrito *Theatro S. João*. Este é o Teatro São João, da Lapa que, de fora, é imponente e parece uma residência.

Na Figura 49 percebe-se mais um momento onde se apresenta o pôr do sol, com as mesmas características percebidas no pôr do sol em outras tomadas e momentos.

Figura 49: Pôr do Sol nos Campos Gerais



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (1:04'06")

Novamente, a coloração do fim de tarde nos Campos Gerais, com um alaranjado intenso, mostrando a silhueta do relevo no horizonte e das araucárias ao longe.

A Figura 50 mostra o personagem João de Camargo adentrando o espaço onde se tem uma cachoeira. Esta filmagem foi feita na fuma do Buraco do Padre, próximo da cachoeira.



Figura 50: Buraco do Padre



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (1:27'10")

Aqui, de dentro do Buraco do Padre a cena mostra a entrada para a furna, o que parece diminuir sua entrada. Os paredões irregulares que se formam dão uma ideia de túnel, que parece fazer o lugar ficar maior.

Na Figura 51, sequencia da imagem anterior, João de Camargo se aproxima da cachoeira.

Figura 51: Buraco do Padre



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (1:27'28")



Mais de perto, a cachoeira do Buraco do Padre, mas que não deixa de mostrar o paredão rochoso e irregular por trás da queda d'água.

Na Figura 52 o olhar é transferido para cima, podendo ser vista a abertura superior da furna.

Figura 52: Buraco do Padre



Fonte: retirado do filme *Cafundó* (1:27'47")

Também o Buraco do Padre, mas de outro ângulo, como se estivesse olhando para cima. Característica de uma furna, a vegetação que continua até boa parte das laterais por dentro pode ser percebida nesta imagem.

Todas as imagens apresentadas, referentes a cada um dos filmes são mostradas nos mesmos como partes de um cenário, portanto não apresentam obrigatoriedade de representar o destino real, apenas busca-se mostrar aspectos necessários para a história que se quer contar. Algo que pode ser levado em consideração é que os locais de filmagem são apresentados não de maneira negativa, mas sim essencial na ficção.

Estes são filmes que ganharam certa notoriedade quanto foram produzidos e atrelar a imagem dos destinos com as produções pode trazer uma relação positiva à imagem da Região dos Campos Gerais.

## 5. O USO DAS IMAGENS DOS FILMES COMO ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO: CAMPOS GERAIS.

Nas produções cinematográficas estudadas, a imagem do destino Campos Gerais é divulgada sem o objetivo de promovê-lo. O filme tem o comprometimento com a história que quer contar e busca cenários que irão contribuir para isso. No capítulo anterior foram mostrados como o destino é apresentado nas produções, e quais características são apresentadas que podem ser identificadas como pertencentes a ele.

A partir desta análise de como o destino foi mostrado nas produções, a seguir é feita outra análise de como o destino pode se apropriar da imagem como estratégia de promoção.

A Região dos Campos Gerais foi considerada enquanto destino durante todo o trabalho, pois é uma região composta por vários municípios que apresentam as mesmas características e é reconhecida institucionalmente pela Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG). Cada um dos municípios que fazem parte da Região dos Campos Gerais tem sua autonomia enquanto promoção local, mas é interessante que a região estabeleça um planejamento englobado, incluindo os vários municípios para uma promoção conjunta, o que pode fortalecer a imagem.

No quadro a seguir são apresentadas algumas atrações que aparecem nos filmes estudados e que podem ser evidenciados na promoção do destino.

Quadro 2 – descrição de atrações

Atratividade	Ponta Grossa	Lapa	Castro	Tibagi
Araucária – vegetação mata atlântica	X	X	X	X
Cachoeiras/ saltos	X	X	X	X
Caverna/ grutas	X	X	X	X
Furnas	X		X	X
Canyon			X	X
Formações Rochosas/ arenitos	X	X	X	X
Paisagem de Campos/ vegetação rasteira	X	X	X	X
Parques Estaduais	X	X	X	X

Por do Sol <i>colorido</i>	X	X	X	X
----------------------------	---	---	---	---

Quadro elaborado pela autora.

Num primeiro momento é interessante evidenciar que os Campos Gerais foram escolhidos pelos produtores, por suas características naturais, culturais e históricas, para serem sets de filmagem. E é interessante para o destino estar atento para promover este tipo de ações dentro da região.

No que concerne à promoção de um destino, Machado (2010) cita que

A promoção de um lugar consiste na venda de um conjunto de serviços selecionados ou na venda do lugar como um todo, através de imagens formadas por vários atributos a ele associadas (p.20).

Sendo assim, a imagem induzida pela promoção pode construir representações emblemáticas fortalecidas pelo imaginário do turista. No material do Ministério do Turismo, na *Cartilha – Turismo Cinematográfico Brasileiro* são passadas algumas instruções para que esta busca pelo destino aumente e são citados os aspectos que devem ser levados em consideração para isso aconteça. Num primeiro momento é necessário que as autoridades entendam a importância do retorno que as filmagens podem trazer para a região e, posteriormente, deve ser feita a elaboração de um material evidenciando as possibilidades encontradas, os chamados ‘tesouros’ naturais, culturais e históricos que poderão ser aspectos procurados por equipes de produção de cinema. Depois disso, a região manifestar que há o interesse de apoiar as produções, da maneira que for interessante para o destino.

Para a comercialização efetiva, as orientações são que a região busque parcerias com investidores que também tem o mesmo interesse, que seja feito um ‘guia de produção’ onde contenha uma “lista de empresas produtoras e prestadoras de serviços da região organizadas por categorias” (p.13). Neste guia ainda é importante conter as informações necessárias acerca do receptivo local, bem como empresas diversas que poderão ser buscadas no momento das filmagens. Depois da elaboração do guia “é vital disponibilizar este banco de dados na internet para dar condições aos produtores de conhecer e explorar virtualmente o potencial de sua região” (p.13). O terceiro passo é a promoção através dos meios de comunicação que irão atingir o

público-alvo como, por exemplo, revistas especializadas, eventos específicos como feiras e convenções, e até mesmo contato com produtoras e seus ‘sets scouters’ (profissionais que tem como objetivo descobrir regiões específicas para locações). A partir das escolhas realizadas, podem-se identificar os aspectos e evidenciá-los de forma a criar um slogan do destino e colocar em folders e outros materiais de divulgação.

A seguir, no Quadro 3, são exemplificados alguns tipos de produções audiovisuais a serem consideradas para serem atraídas à região.

Quadro 3 – Tipos de Produções Audiovisuais

TIPOS DE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS				
FILMES PARA CINEMA	FILMES COMERCIAIS	PROGRAMAS PARA TV	FOTOGRAFIA STILL	DOCUMENTÁRIOS
As equipes podem ter até mais de 100 pessoas no set e a produção geralmente começa 60 dias antes das filmagens. A filmagem propriamente dita dura em média de dois a três meses, mas pode variar para mais ou para menos, especialmente se for uma co-produção e se tiver filmagens em outras locações.	Os chamados comerciais – ou videotapes (VTs) publicitários – são gravados ou filmados em pouco tempo, geralmente em dois ou três dias, e editados em seguida, podendo ir ao ar na semana seguinte. Produtores de comerciais são contratados por agências publicitárias e os produtores executivos e/ou diretores muitas vezes tomam as decisões finais no próprio set de filmagem.	Esse item se subdivide numa ampla gama de produções, desde programas jornalísticos a séries para TV, episódios de novelas ou <i>reality shows</i> . Ou seja, podem gravar em apenas um dia ou vários meses, dependendo do envolvimento da região com a trama e de circunstâncias diversas.	A equipe é pequena e traz pouco equipamento. As locações são decididas no dia que a equipe chega ao local, pois o tempo de produção também é curto.	São geralmente produções com menos recursos, mas de forma alguma menos importantes. Como seu objetivo é fazer um retrato fiel da realidade, as equipes são mais enxutas e podem ter às vezes apenas três profissionais em campo, no caso de temas que exigem o mínimo de interferência no ambiente. Podem ter temas sociais, ambientais, históricos, entre outros.

Fonte: Ministério do Turismo – Cartilha-Turismo Cinematográfico Brasileiro

Como foi abordado anteriormente neste trabalho, a cadeia de serviços que é movimentada durante uma produção é vasta e pode ser vantajosa para o destino. Seja uma estadia curta ou longa, a equipe de produção irá precisar de serviços da região onde está realizando a filmagem. A seguir, no Quadro 4 são listadas várias atividades realizadas nos bastidores que ajudam a compor este cenário.

Quadro 4 – Bastidores de um Filme

<b>A EQUIPE CINEMATOGRAFICA NO SET</b>			
<b>PRODUTOR</b> <b>DIRETOR</b> <b>ROTEIRISTA</b> <b>PRODUTOR EXECUTIVO</b> <b>PRODUTOR ASSOCIADO</b> <b>CO-PRODUTOR</b>	<b>ELENCO</b> Diretor de elenco Preparadores de elenco Estrelas – atores principais Elenco de apoio – coadjuvantes Dublês Extras – figuração	<b>LOGÍSTICA</b> Transporte de elenco, equipe e equipamento Hospedagem de elenco e equipe Segurança do elenco, da equipe e do equipamento Alimentação do elenco e equipe	
<b>ABOVE THE LINE</b> – Jargão técnico utilizado para identificar os custos realizados mesmo antes do início da produção do filme, que dependem de negociações por envolver salários dos executivos e estrelas. Inclui despesas de pesquisa para desenvolvimento de roteiro ou de escolha de locação			
<b>BELOW THE LINE</b> – Jargão técnico utilizado para identificar os custos gastos durante a produção, geralmente fixos por se tratar de despesas técnicas e de produção			
<b>PRODUÇÃO</b> Primeiro assistente de direção Segundo assistente de direção Terceiro assistente de direção Diretor de produção Secretário de produção Assistentes de produção Produtor de locações Produtor de set ou platô Assistentes para os produtores e o diretor Contador de produção Continuista Supervisor de roteiro Colaboradores  <b>DIREÇÃO DE ARTE</b> Diretor de arte Produtor de arte	<b>CONSTRUÇÃO</b> Cenógrafo Assistente de cenografia Cenotécnico Adrecista Carpinteiros/pintores Paisagistas  <b>PRODUÇÃO DO SET</b> Responsável por compra de materiais Responsável por aluguel de materiais  <b>CÂMERA</b> Diretor de fotografia Operador de câmera Primeiro assistente de câmera Segundo assistente de câmera Operador de video assist Operador de stady-cam Fotógrafo de cena/still	<b>SOM</b> Técnico de som direto Técnico de som guia Microfonista  <b>ELÉTRICA/MAQUINARIA</b> Eletricista-chefe Eletricista Assistente de eletricista Operador de gerador Maquinista-chefe Maquinista Assistente de maquinista  <b>FIGURINO</b> Figurinista Assistente do figurinista Camareira  <b>MAQUIAGEM E CABELO</b> Maquiador Cabeleireiro Assistente de maquiagem Assistente de cabeleireiro	<b>EFEITOS ESPECIAIS</b> Maquiador de efeito Efeitos especiais pirotécnicos  <b>ALIMENTAÇÃO</b> Responsável pela alimentação Equipe de preparo da alimentação  <b>TRANSPORTE</b> Chefe do transporte Coordenador de transporte Motoristas/motoristas de cena  <b>LOCAÇÕES</b> Produtor de locação Assistente Equipe de primeiros socorros Assistente social Biólogo/responsável por animais Polícia Bombeiros Segurança Assessoria jurídica Comunicação Outros

Fonte: Ministério do Turismo – Cartilha-Turismo Cinematográfico Brasileiro

Para que sejam atingidos os objetivos lançados pelo Ministério do Turismo no referido material, é importante que a Região estabeleça ações de planejamento e estratégias relacionadas ao assunto. Em cada um dos municípios pesquisados não foram encontradas políticas ou outras ações neste sentido, que poderiam minimizar possíveis entraves burocráticos na hora da realização de alguma produção audiovisual, considerando os benefícios que as filmagens podem acarretar para a região.

Dos quatro filmes analisados dois deles podem ser considerados históricos (*Cafundó* e *O Preço da Paz*). A respeito do aspecto histórico, Frost (2006) trata da imagem e promoção turística considerando o papel dos filmes históricos no processo de construção da imagem de um destino, e para tanto cita que

o interesse gerado é mais baseado na história do que baseado no visual; filmes históricos são condicionados pela necessidade de seguir convenções históricas, retratos particularmente acurados de vestimentas, costumes, arquitetura e artefatos; filmes históricos possuem o potencial de carregar o apelo de uma história e um destino além do âmbito local; Filmes históricos podem reforçar outras fontes de informação sobre o passado e isso pode desenvolver mais a imagem do destino em contrapartida (p.253)

Neste sentido destacam-se as possibilidades de exploração dos aspectos histórico-culturais da região a fim de serem utilizados em filmes e/ou produções que buscam este tipo de característica. E, apesar dos outros dois filmes analisados (*Os Xeretas* e *Corpos Celestes*) não serem considerados históricos, se utilizaram de aspectos históricos para a composição do cenário apresentado, por meio das construções, principalmente.

A seguir, são apresentadas algumas possibilidades do que poderia ser feito, de maneira bem pontual, a exemplificar:

- Criação de Slogans da Região – *Campos Gerais – cenário natural; Campos Gerais – Cenário Histórico*. Na primeira logo as características anteriormente citadas (pôr-do-sol; vegetação rasteira; formações rochosas) podem ser evidenciadas de forma que possa ser concebida como cenário para vários tipos de filmagens, sendo ele com enfoque natural, mas até mesmo histórico, como é

o caso do filme *O Preço da Paz*; No segundo caso, por meio das construções históricas características de determinados períodos, é possível que a ambientação de um cenário de época seja recriado com mais veracidade, o que garante certa autenticidade para as filmagens.

- Eventos – Podem ser realizados diversos eventos com o intuito de divulgar o destino, tanto dentro da própria região, como fora. Poderia ser realizada uma Mostra com exibição dos filmes realizados, e durante o evento, sendo evidenciados onde ficam as locações utilizadas de cenário.
- Identificações – Seriam marcações dos pontos onde foram construídos os sets de filmagens (ex: quilombo *Canfundó* que foi reproduzido na área do *Buraco do Padre*), locais que foram utilizados como cenário, mas que não sofreram modificações (ex: filmagem no interior do *Buraco do Padre*, filmagens de fachada, como foi o caso da Estação Ferroviária de Castro e outros prédios históricos que aparecem em todos os filmes estudados) e filmagens em locais que serviram de cenário com pequenas modificações (ex: Casarão da Fazenda Capão Alto, que teve o seu interior todo reelaborado para diferentes propósitos como nos filmes *Corpos Celestes* e *O Preço da Paz*). Estas marcações poderiam ser feitas com placas indicativas, com imagens dos filmes onde os referidos lugares aparecem.
- Contação de Histórias – Poderiam ser realizadas contações de histórias nos lugares que foram escolhidos para serem cenários, que apresentassem aspectos relevantes para a região.
- Exibições – reprodução dos filmes nos atrativos que foram utilizados como cenários como objetivo de evidenciar sua importância e potencialidade cênica.
- Materiais educativos – por meio dos filmes, nas escolas, poderiam ser criados outros materiais, a exemplo de cartilhas, onde a história da região pode ser contada a partir dos filmes, ou ainda, as próprias locações apresentadas evidenciando a importância das características da região, para gerar um sentimento de valorização e pertencimento.



## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção cinematográfica dos Campos Gerais, considerando os filmes de longa-metragem, ainda é insipiente, pois apresenta uma quantidade ainda pequena em vista das possibilidades que apresenta. Mas, a partir das produções que já foram realizadas, é possível de se fortalecer a imagem dos Campos Gerais enquanto destino que apresenta características buscadas para registros audiovisuais por meio de ações que façam com que as produções sejam mais divulgadas e conhecidas, até mesmo apropriadas pelo município com o intuito de divulgar e se posicionar neste mercado de receptor para novas produções audiovisuais locais.

No Brasil as análises que são feitas sobre um turismo cinematográfico se limitam às produções cinematográficas já existentes e como as imagens nelas apresentadas se relacionam com atrativos no país, ou não. Se houver uma possível relação, aumentará o fluxo de turistas e, do contrário, não. Certos atrativos no mundo, por meio da veiculação da imagem em algum filme estrangeiro tem mais visibilidade do que somente tem uma foto divulgada em alguma revista.

Atrelado a isso, percebe-se que há uma necessidade de se identificar pesquisas que estudem o comportamento do turista com relação a este segmento focado no cinema e sua influência na atividade turística, e também como se dá este processo de identificação do turista com o destino por meio do cinema e posteriormente por sua própria experiência.

O lugar apresentado em uma produção cinematográfica não é simplesmente um espaço conhecido turisticamente, mas também, um cenário de um período efêmero (durando o tempo das gravações) que pode agregar determinado valor cultural à região. Ou pode incorporar algumas características culturais da própria região.

Os filmes apresentados no presente trabalho foram analisados de forma que pode se perceber características singulares da região dos Campos Gerais que podem ser identificadas enquanto sendo da região, de fato. Aspectos culturais e históricos também se fazem presentes pela maneira que mostram o modo de fazer as coisas, num determinado período.

As regiões onde os filmes foram realizados parecem não ter interesse em relacionar sua imagem *real* à imagem presente nas produções, pois é insuficiente este tipo de informação quando se busca. Para a imagem dos Campos Gerais enquanto destino, acredita-se que os filmes poderiam auxiliar como forma de fortalecer uma imagem que vindo sendo construída e que se busca ser valorizada. Certos aspectos singulares como a araucária, construções históricas, formações rochosas, vegetação rasteira e o pôr do sol *colorido* são alguns dos símbolos que a região dos Campos Gerais se utiliza enquanto parte do programa de regionalização de turismo do Paraná. A partir deste conjunto de símbolos que traz certa autenticidade da Região, imaginários poderiam ser trabalhados a fim de instigar o turista a se sentir atraído a visitar os Campos Gerais.

A impressão que se tem é que os destinos apreciam mais a ideia de uma autenticidade intocada, como se a ilusão acerca do real modificasse a ideia que se tem dele. É raro que se comente que determinado destino apareceu em alguma produção cinematográfica, enquanto o que deveria acontecer era o contrário. Assumir que o destino foi utilizado para representação de algo que não é real, pode dar maior visibilidade a ele e ajudar no seu fortalecimento enquanto próprio destino, ou ainda, possível atrativo da região.

A exemplo das produções realizadas na Região em questão houve uma grande comoção com relação às filmagens. Com exceção do filme *Os Xeretas*, as outras produções (*O Preço da Paz*, *Cafundó* e *Corpos Celestes*) retratam outra época e se utilizaram de recursos locais para as filmagens. Neste processo, o contato com a população local é próximo, residências foram emprestadas, bem como objetos de cena também o foram. Como exemplo, algumas charretes, carroças e ainda acessórios e vestimenta que retratam aspectos culturais da região de outras épocas, correspondentes à necessária para os filmes.

Durante as filmagens, também, várias pessoas residentes nos municípios foram convidadas a serem figurantes das produções. Este tipo de envolvimento gera um sentimento de orgulho local, pois o município é evidenciado, com suas características naturais e culturais e começa a fazer parte da sua história, da região e das pessoas que participaram do processo.

Este é mais um aspecto que pode ser evidenciado no momento de se planejar as estratégias de promoção do destino.

Em pesquisa realizada nos sites das prefeituras percebeu-se que nenhuma delas apresenta propostas relacionadas à recepção de produções audiovisuais. Não existem estratégias e nem propostas que possam ser analisadas.

A partir do estudo que foi realizado é importante que os municípios e a região entendam a potencialidade para que mais produções sejam realizadas e, desta forma, a atividade turística possa ser fomentada. Para isso é importante que a imagem da região seja trabalhada de maneira holística, considerando aspectos que são iguais para os municípios como um todo.

## REFERÊNCIAS

Adoro Cinema. Disponível em [www.adorocinema.com](http://www.adorocinema.com). Acesso em 12 jun 2015.

ALVETTI, C. **O Cinema Brasileiro na Crônica Paranaense dos Anos Trinta**. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicações e Artes da USP, São Paulo, 1988.

AUGUSTO, M. F. **A montagem cinematográfica e a lógica das imagens**. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: FUMEC, 2004.

BELTRAME, V.; MORETTI, M. F. S. **Kantor, Duchamp e os objetos**. Santa Catarina: Ceart-UDESC. Revista da Pesquisa, v.3, n.1, sem ano. Disponível em [http://www.ceart.udesc.br/revista\\_dapesquisa/volume3/numero1/cenicas/mariadefatima\\_nini.pdf](http://www.ceart.udesc.br/revista_dapesquisa/volume3/numero1/cenicas/mariadefatima_nini.pdf). Acesso em 23 ago 2015.

BERGER, P. L. e LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade**. Petrópolis: Editora Vozes Ltda., 1976.

BREA, J.A.F.; CARDOSO, L. **Tourism Destination Image: Reflexão sobre as principais investigações internacionais**. Cultur revista de Cultura e Turismo, ano 5, n.2, ago/11.

Cafundó. Disponível em <http://www.cafundo.com.br/site.htm>. Acesso em 05 abr 2015  
Conexão Iapó. Casa da Praça. Disponível [www.conexaoiapo.xpg.uol.com.br](http://www.conexaoiapo.xpg.uol.com.br). Acesso em: 18 dez 2015

DELEUZE, G. **A imagem-movimento – cinema 1**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

DORTA, L. DROGUETT, J. **Mídia, Imagens do Turismo: desenvolvimento teórico para as áreas de comunicação e turismo**. São Paulo: Textonovo. 2004.

DUARTE JR., J. F. **O que é realidade?** Petrópolis: Primeiros Passos, 2004.

Fazenda Capão Alto. Disponível em [www.fazendacapaoalto.com.br](http://www.fazendacapaoalto.com.br). Acesso em 03 dez 2015.

FLORES, L.C.S.; MENDES, J.C. **Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 8(2), pp. 222-237, mai/ago, 2014.

FROST, W. **Braveheart-ed Ned Kelly: historic films, heritage tourism and destination image**. Tourism Management, Vol. 27, p. 247–254, 2006.

GÂNDARA, J.M.G. **A Imagem dos Destinos Turísticos Urbanos**. Revista Eletrônica de Turismo Cultural, número especial, 2008.

GASTAL, S. de A. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

Gazeta do Povo. Casa Emilia Erichsen. Disponível em [www.gazetadopovo.com.br](http://www.gazetadopovo.com.br). Acesso em: 18 dez 2015

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

GODOY, A.S. **Pesquisa Qualitativa – tipos fundamentais**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v.35, n.3, p.20-29. Mai/Jun, 1995.

Governo do Estado do Paraná - Secretaria do Esporte e do Turismo. Lapa. Disponível em <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=46?conteudo=7>. Acesso em 22 nov 2015.

HAYATA, K. S.; MADRIL, M. L. **Turismo Cinematográfico: um novo segmento para o desenvolvimento turístico**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2009.

IPHAN. Patrimônio Material. Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/656/>. Acesso em 24 nov 2015.

KÖHLER, A.F. **Turismo Cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências**. Turismo Visão e Ação – vol.9 – n.2, p.185-198 mai/ago, 2007.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento e controle**. São Paulo: Atlas, 1994.

LAWALL, T. M. **O product placement no cinema brasileiro: Um estudo de caso do filme Divã**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013.

LEITE, S. F. **O cinema manipula a realidade?**. São Paulo: Paulus, 2003

LEMOS. L. A. **Os sete mitos do Turismo: a busca de alguns conceitos fundamentais. – Turismo: 9 propostas para um saber-fazer/** organizado por Suzana Gastal. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

MACHADO, D. F. C. **A imagem do destino turístico na percepção dos atores do trade turístico**. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

Mapa do Paraná. Disponível em [http://www.portalxv.com.br/particular/mapa\\_parana\\_arquivo/parana.gif](http://www.portalxv.com.br/particular/mapa_parana_arquivo/parana.gif). Acesso em 13 jul 2015.

MICHEL, R.C.; AVELLAR, A.P. **A indústria cinematográfica brasileira: uma análise da dinâmica da produção e da concentração industrial**. Revista de Economia, v.38, n.1 (ano 36), p.35-53, jan/abr, 2012. Editora UFPR.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cartilha – Turismo Cinematográfico Brasileiro**. Brasília, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as indústrias do Turismo e Audiovisual brasileiras**. Brasília, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Regionalização e Segmentação do Turismo**. Brasília, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. Brasília, 2010.

MONASTIRSKY, L.B.;SAHAIDAK, A.; SCNELL, D.T.; LUXI, A. **Programa Nacional de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e Projeto Regional Rota dos Tropeiros: um exemplo de regionalização do turismo.** Revista Sociedade e Território, Natal, v. 24, nº 2, p. 1 - 14, jul./dez. 2012.

MORAES, C. C. de A. **Turismo - segmentação de mercado: um estudo introdutório.** ANSARAH, Marília Gomes Dos Reis(org.). Turismo: Segmentação de Mercado. São Paulo: Futura, 1999.

MORAIS, L.; BORGES, A. (organizadores). **Novos paradigmas de produção e consumo: experiências inovadoras.** São Paulo: Instituto Pólis, 2010.

NASCIMENTO, F. M. **Cineturismo.** São Paulo: Aleph, 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (WTO). **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

Panoramico. Salto Santa Rosa. Disponível em [www.panoramico.com](http://www.panoramico.com). Acesso em: 18 dez 2015

Relatório Final. Disponível em <http://www.uepg.br/natural/relatoriofinal.pdf>. Acesso em 15 ago 2015.

ROSE, A. T. **Turismo: Planejamento e Marketing.** São Paulo: Manole, 2002.

Secretaria de Estado da Cultura – Coordenação do Patrimônio Cultural. Disponível em <http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/municipio.php>. Acesso em 23 nov 2015.

SILBERBERG, T. **Cultural Tourism and Business Opportunities for museums and heritage sites. Conference of School of Business *Quality Management in Urban Tourism: Balancing Business and Environment*,** Toronto, 1994. Disponível em [http://www.lord.ca/Media/Artcl\\_Ted\\_CultTourismBusOpps.pdf](http://www.lord.ca/Media/Artcl_Ted_CultTourismBusOpps.pdf)

SOUZA, S. M. R.; SANTARELLI, C. P. G. **Contribuições para uma história da análise da imagem no anúncio publicitário.** Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 133-156, jan./jun. 2008.

TOMALA, K; FABER, F. **Film Tourism: The answer to becoming part of your favorite movie? – The long tail of Tourism.** A. Papathanassis (Ed.) 2011.

Trilhas Guartelá. Disponível em [http://trilhasguartela.com.br/site/modules/mastop\\_publish/?tac=trilhas](http://trilhasguartela.com.br/site/modules/mastop_publish/?tac=trilhas). Acesso em 20 jun 2015.

Tripadvisor. Casa de Sinhara. Disponível em [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com). Acesso em: 18 dez 2015

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: Studio Nobel, 1996.

WAINBERG, J. **O movimento turístico. Olhadelas e suspiros em busca da singularidade alheia.** In: GASTAL, S. e outros (orgs). Turismo na pós-modernidade (dês) inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003: 9-19. (Coleção Comunicação, 25).

Youtube. Disponível em [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Acesso em 15 jun 2015.