

## **Economia Criativa, cinema e turismo: Um estudo sobre a produção “Os Xeretas” (2001) e o município de Castro.**

**Débora Gonçalves Alencar<sup>1</sup>**  
**Marina Lima dos Santos<sup>2</sup>**  
**José Manoel Gândara<sup>3</sup>**

### **Resumo**

A criatividade é um elemento novo no campo do turismo, bem como sua relação com a cultura e com os locais que visam incentivar aprendizagem social e cultural para contribuir para a economia local (Selman, 2010). Tem-se a economia criativa como uma nova via para se trabalhar o turismo em conjunto com os demais setores que promovem a criatividade, como o audiovisual por meio de produções cinematográficas. Assim, este trabalho tem como objetivo compreender a atuação dos setores criativos, especificamente o turismo e o cinema, como elementos que atribuem novos aspectos econômicos e socioculturais a um território, neste caso o município de Castro que está localizado no Estado do Paraná (PR), na região dos Campos Gerais. Cabe ressaltar que em 2001 o município foi cenário de uma produção infanto-juvenil, o longa-metragem “Os Xeretas”, o qual foi produzido pela Magia Filmes. Os procedimentos metodológicos adotados foram de abordagem qualitativa e descritiva, sendo eles a pesquisa bibliográfica sobre as temáticas supracitadas, entrevista semiestruturada com a representante da produtora Magia Filmes e a análise de dados realizada por meio de emparelhamento como estratégia de análise e interpretação dos dados obtidos. Como resultados há a identificação de atividades que através do uso da criatividade incentivaram o desenvolvimento local, envolvimento entre pessoas, produtos e ambiente criativos que configuraram aspectos que fomentam e apresentam o turismo criativo como oportunidade para o município de Castro – PR; também, em relação à regeneração urbana, houve reformas e construções permanentes em espaços urbanos como o antigo cinema do município, que foi utilizado como sede da produção durante as gravações, além de bares, clube e sorveterias na praça central do município; e quanto ao turismo, havia o intuito de fomentar a atividade no município com a produção do filme, considerando este como uma ferramenta de comunicação que pode ser utilizada pelo turismo quando bem trabalhada. Em Castro, a produção do longa-metragem gerou quantitativo financeiro expressivo em mídia espontânea, tornando o filme um dos principais assuntos nos principais meios de comunicação do Estado do Paraná na época.

**Palavras-chave:** criatividade e turismo, indústrias criativas; cinema; Castro - PR.

---

<sup>1</sup> Mestrado em andamento em Turismo e Desenvolvimento - Universidade Federal do Paraná – (UFPR). Lattes: <https://goo.gl/PBrNjj> . Email: deborag.alencar@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestrado em andamento em Turismo e Desenvolvimento - Universidade Federal do Paraná – (UFPR). Lattes: <https://goo.gl/7ii4SW> . Email: slimamarina@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável. Professor adjunto do Departamento de Turismo, do Mestrado em Turismo e do Mestrado / Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná – (UFPR). Lattes: <https://goo.gl/GZs4Q4> . Email: jmgandara@yahoo.com.br.