

TURISMO, IMAGEM E IDENTIDADE: UMA ANÁLISE DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO CENTRO-OESTE PARANAENSE

Caio Felipe Augusto Bliscosque¹

Tatiana Colasante²

Resumo

A proposta envolve reflexões sobre a relação entre promoção e comercialização de atrativos turísticos por intermédio de ações do setor público em municípios do centro-oeste paranaense. Nesse aspecto, destacamos que as imagens que se projetam das cidades nas mais diferentes mídias, desempenham um papel crucial na influência das tomadas de decisões do público-consumidor, pois, trazem visibilidade para atrativos culturais, históricos e ambientais, despertando o interesse pela visitação. No contexto de pós-modernidade, na qual a cultura é comercializada, a identidade das cidades é reforçada e amplamente divulgada, justamente para a comercialização, como vem ocorrendo com localidades turísticas que, através de estratégias de marketing territorial conseguem uma visualização maior e, com isso, atrair e consolidar uma demanda turística. Ao mesmo tempo, muitos desses elementos fazem parte da própria identidade territorial da população local, o que colabora para que exista uma convivência harmônica entre os gestores, residentes e turistas. Por outro lado, quando há uma imposição de ideologias, resultando em construções identitárias arbitrárias, esse processo se torna conflituoso. Diante desse contexto, buscamos analisar a divulgação dos atrativos turísticos dos municípios de Campo Mourão, Peabiru, Luiziana, Corumbataí do Sul, Farol, Mamborê, Araruna e Peabiru, localizados na região centro ocidental do Paraná. Utilizando-se pesquisa bibliográfica e documental, aponta-se como resultado que apesar da multiplicidade de elementos culturais que moldam as formações territoriais dos municípios, ainda se privilegia um discurso político dominante que constrói identidades para serem mais atrativas comercialmente para visitantes e turistas.

Palavras-chave

Turismo; Imagem; identidade territorial; centro-oeste paranaense.

Introdução

A construção da imagem turística de um território envolve um complexo processo de articulação entre cultura, tradição e estratégias de promoção. No centro-oeste paranaense, municípios como Campo Mourão, Mamborê, Peabiru e outros vêm se destacando na valorização de suas identidades locais por meio de festas gastronômicas e produtos regionais, promovidos especialmente nos meios digitais oficiais (Paraná, 2025).

Este trabalho apresenta os resultados de uma pesquisa de iniciação científica que investiga como essas identidades territoriais são construídas socialmente e

¹ Graduando do Curso de Turismo da Universidade Estadual do Paraná (Unespar) de Campo Mourão. Bolsista da Fundação Araucária. E-mail: fcaio7293@gmail.com

² Doutora em Geografia (Unesp/Presidente Prudente). Professora Adjunta do Curso de Turismo da Unespar de Campo Mourão. E-mail: tatiana.colasante@unespar.edu.br

instrumentalizadas para fins turísticos. A partir de referenciais teóricos como Castells (1999), Hobsbawm e Ranger (1984), Hall (2006) e Haesbaert (1999), analisa-se a formação das imagens dos municípios, questionando em que medida tais representações respeitam a complexidade cultural local ou respondem a interesses de mercado.

Metodologia

A pesquisa de caráter exploratório buscou trazer familiaridade com o tema estudado. Nesse sentido, inicialmente foram feitas análises bibliográficas sobre os temas centrais do estudo como imagens de destinos turísticos e identidade territorial. Segundo Gil (2007), a pesquisa bibliográfica é muito utilizada no meio acadêmico e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas. Esse conteúdo serviu para a construção do embasamento teórico da pesquisa.

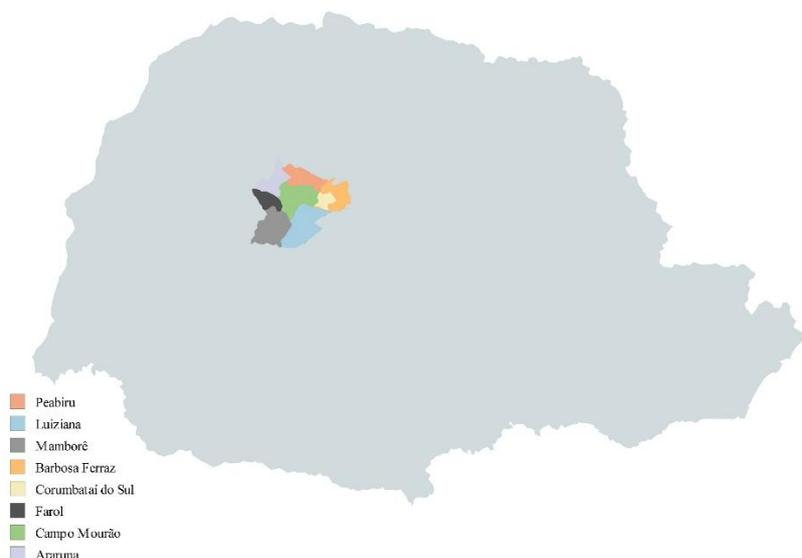
A fim de compreender as estratégias de divulgação dos municípios próximos à Campo Mourão, foram analisados materiais da internet. Conforme Castro e Spinola (2015) alertam, a coleta de dados no meio digital é desafiadora, especialmente pela diversidade de representações na rede. Dessa forma, limitou-se a busca por imagens aos sites das prefeituras e dos órgãos oficiais de turismo existentes na região para verificar quais os elementos identitários são utilizados nesse processo.

A tabulação foi feita a partir da divisão dos municípios levando-se em consideração aspectos culturais (materiais e imateriais) e naturais. Com isso, foram verificados os principais elementos utilizados pelos gestores públicos para a formação das identidades territoriais no centro-oeste paranaense.

Resultados e Discussões

Os municípios de Campo Mourão, Peabiru, Mamborê, Luiziana, Barbosa Ferraz, Corumbataí do Sul, Farol e Araruna (Figura 1), no centro-oeste do Paraná têm sua história vinculada a processos de ocupação que resultaram na vinda de fluxos de migrantes e no desenvolvimento da agricultura, o que incidiu na constituição de múltiplas identidades territoriais, ou seja, em "construções sociais" formadas pela interação entre os aspectos culturais e geográficos, moldadas pelas relações simbólicas entre as populações e o território (Haesbaert, 1999).

Figura 1. Localização do recorte espacial da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Com a análise dos atrativos divulgados, percebeu-se uma variedade de elementos que podem ser usados para a atividade turística (Quadro 1). Vale ressaltar que alguns dos municípios investigados, já fazem parte do mapa do turismo no Paraná, integrando a Região Ecoaventuras, Histórias e Sabores como Araruna, Campo Mourão e Peabiru.

Quadro 1. Levantamento dos principais atrativos turísticos divulgados dos municípios da Região de Campo Mourão

Campo Mourão
Parque do Lago, Teatro Municipal, Catedral São José, Museu Deolindo Mendes Pereira, Parque Estadual Lago Azul, Santuário Diocesano, Festa do Carneiro no Buraco
Barbosa Ferraz
Santuário Santa Rita de Cássia, Parque Verde Vida, Festa do Porco Garantido, Oficinal do José Carlos Amaral
Luiziana
Cachoeiras, Festa do Boi na Brasa
Corumbataí do Sul
Cachoeira do Boi Cotó, Morro do Cristo, Festa do Cabrito Apressado, Cavalgada de São Pedro
Farol
Água da Fonte Profeta João Maria de Jesus, Festa do Pernil à Pururuca
Araruna
Praça Central, Igreja Matriz Santo Antônio, Festa do Porco na Mandioca
Mamborê
Igreja Subterrânea, Igreja Adventista Rural, Parque do Lago, Festa da Leitoa Mateira, Festa da Costela
Peabiru
Museu Caminhos de Peabiru, Trilha Caminhos de Peabiru, Festa do Carneiro ao Molho de Vinho

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

O estudo evidencia que diversas manifestações culturais, especialmente, as festas gastronômicas podem ser compreendidas como *tradições inventadas* (Hobsbawm e Ranger, 1984), construídas recentemente com fins de afirmação identitária e legitimação político-cultural. A simbologia atribuída aos pratos regionais e sua divulgação em massa revelam a instrumentalização da tradição como estratégia de fixação de uma memória coletiva (Castells, 1999).

À luz de Hall (2003), a identidade cultural é interpretada como um processo dinâmico e discursivo, marcado por disputas simbólicas e múltiplos pertencimentos. Em um cenário tensionado entre globalização e territorialidade, a produção de "marcas territoriais" reflete a tentativa de agentes locais de promover o patrimônio cultural para fins turísticos e econômicos. Nesse contexto, a mídia e os órgãos públicos atuam como mediadores simbólicos na construção de narrativas patrimoniais, que nem sempre traduzem a diversidade cultural vivida, mas priorizam interesses institucionais e de mercado.

Considerações Finais

O levantamento dos atrativos turísticos e sua divulgação em sites oficiais de promoção do turismo indicou uma diversidade de elementos naturais e culturais. Por outro lado, verificou-se um engajamento maior por parte dos gestores públicos na promoção de determinados elementos, enquanto outros, são pouco visibilizados. Com isso, é possível perceber a produção ativa de um sistema de representações, que visa posicionar os municípios no mapa simbólico e econômico do turismo regional a partir de atrativos que são criados pelos gestores e não surgidos a partir da história coletiva.

Ao mesmo tempo em que muitos elementos identificados reforçam o sentimento de pertencimento da comunidade, também evidencia a dialética entre tradição e invenção, autenticidade e estratégia. Reconhecer esse caráter construído de algumas manifestações culturais identificadas amplia a compreensão crítica sobre o papel que essas desempenham na configuração das identidades contemporâneas nos municípios do interior do Paraná.

Assim, a gestão da imagem dos destinos turísticos deve ser uma pauta importante para os governos, autoridades locais e profissionais do turismo, sobretudo, ao se pensar em uma proposta de turismo incluyente e que possa contribuir com o

desenvolvimento local, ao mesmo tempo em que a população possa contribuir e se identificar com as proposições da atividade.

Entre as dificuldades durante a realização da pesquisa, pode-se destacar a falta de informações atualizadas sobre os atrativos. Inclusive, naqueles de maior visibilidade, são escassas as informações sobre os impactos econômicos, o que dificulta até o entendimento se de fato, a construção das identidades territoriais tem, de fato, sido utilizada em prol da promoção do turismo em alguns municípios. Para além dessas lacunas, incentiva-se o aprofundamento de informações que possam contribuir para a compreensão da participação comunitária nos processos de apropriação e identificação desses marcos simbólicos. Agrademos ao apoio da Fundação Araucária pela bolsa concedida para a realização da pesquisa.

Referências

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Fernanda Meneses de Miranda; SPÍNOLA, Carolina de Andrade. Metodologia de pesquisas na internet: breves considerações sobre uma pesquisa qualitativa em turismo nas redes sociais. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 5, n. 1, p. 170-188, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.28998/RITURritur.V5.N1.A1766>>. Acesso em: 29 abr. 2025.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2007.

HAESBAERT, Rogério. Identidades territoriais. In: ROSENDAHL, Zenny; CORRÊA, Roberto Lobato. (Org.) *Manifestações da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999. p. 169-190.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (Org.). *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 1984.

PARANÁ. Secretaria de Turismo. 2025. *Viaje Paraná: O Paraná*. Disponível em: <<https://www.viajeparana.com/O-Parana>>. Acesso em: 29 abr. 2025.