

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ
MBA EM GESTÃO E PRODUÇÃO DE RÁDIO E TELEVISÃO

JONATHAN SERONATO
LUANA MARQUES MEDEIROS
MARCELA STALCHMIDT
RENAN GARCIA ALVES

ROTA PARANÁ: UMA PROPOSTA AUDIOVISUAL PARA O TURISMO
E PARA A GASTRONOMIA PARANAENSE NA WEB

CURITIBA
2015

**JONATHAN SERONATO
LUANA MARQUES MEDEIROS
MARCELA STALCHMIDT
RENAN GARCIA ALVES**

**ROTA PARANÁ: UMA PROPOSTA AUDIOVISUAL PARA O TURISMO
E PARA A GASTRONOMIA PARANAENSE NA WEB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
MBA em Gestão e Produção de Rádio e TV, da
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, da
Universidade Tuiuti do Paraná, como requisito
para obtenção do grau especialista.
Orientadora: Prof.^a Patricia Leal de Brum

**CURITIBA
2015**

RESUMO

O programa televisivo *Rota Paraná* é produto do trabalho de conclusão de curso do MBA em Gestão e Produção de Rádio e TV, para obtenção do grau especialista. O objetivo geral é desenvolver um programa de gastronomia e turismo para os paranaenses, utilizando linguagem de fácil compreensão. A transmissão tem uma periodicidade semanal e aborda também bem-estar, cultura, saúde, estilo de vida e questões ambientais. O trabalho pretende seguir a linha de pesquisa de Comunicação, Educação e Cultura e a metodologia se constituirá por meio de pesquisa bibliográfica, referências na internet e pesquisas de campo qualitativas e aplicadas. Este trabalho pretende apresentar como principal resultado a comprovação da necessidade de um produto como este no mercado e na região especificada.

Palavras-chave: Audiovisual. Gastronomia. Turismo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – PESQUISA DA COMSCORE 2014 QUE APONTA O YOUTUBE COMO LIDER NO MERCADO BRASILEIRO.....	40
FIGURA 2 – RANKING ANUAL DOS APLICATIVOS COM MAIOR NÚMERO DE DOWNLOADS.....	41

SUMÁRIO

RESUMO	1
PALAVRAS-CHAVE: AUDIOVISUAL. GASTRONOMIA. TURISMO.	1
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	2
1 INTRODUÇÃO	5
1.1 OBJETIVOS.....	6
1.1.1 Objetivo Geral.....	6
1.1.2 Objetivos Específicos.....	7
2 TURISMO	8
2.1 AS CIDADES E A URBANIZAÇÃO.....	13
2.2 TERRITÓRIO BRASILEIRO	13
2.3 TURISMO PARANAENSE	16
2.4 TURISTAS E CURITIBA	19
2.5 GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO.....	20
2.5.1 A GASTRONOMIA PARANAENSE	27
2.6 O PINHÃO	32
2.7 O BARREADO	32
2.8 O CARNEIRO NO BURACO.....	33
2.9 O PORCO NO ROLETE	33
2.10 BOI NO ROLETE	33
3 SERIALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO	35
3.1 DE GUTEMBERG À PRODUÇÃO EM SÉRIE.....	35
3.2 SEGMENTAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL.....	37
3.3 JORNAIS, REVISTAS E TELEVISÃO.....	39
3.4 A SEGMENTAÇÃO NO ESPAÇO VIRTUAL	41
3.5 O AUDIOVISUAL NA ERA DIGITAL	43
3.6 PLATAFORMAS DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS NA INTERNET	45
4 ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA	48
5 ROTA PARANÁ	53
5.1 O PROGRAMA	53
5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA E ORÇAMENTO	54
5.3 CRONOGRAMA DE EPISÓDIOS.....	56

5.4 PILOTO.....	57
5.4.1 CAMPO MOURÃO – CARNEIRO NO BURACO	57
5.5 PRÓXIMOS EPISÓDIOS	60
6 CONCLUSÃO	66
7 REFERÊNCIAS	67

1 INTRODUÇÃO

Sabemos que a televisão está cheia de programas de culinária dos mais variados tipos. Há quem assista para tentar reproduzir os pratos, para melhorar na cozinha, para aprender truques e maneiras diferentes de realizar as mesmas tarefas que estamos acostumados, para aprender macetes com chefs renomados, ou só para apreciar. O fato é que você nem precisa gostar de cozinhar para adorar esses programas e eles provavelmente vão deixar você com fome.

O turismo por sua vez, é também uma das atividades mais prósperas atualmente devido ao gigantesco campo de atividades e serviços. Além de ser considerada uma forma de estudos, recreação e passeios, o turismo é também o reconhecimento de paisagens, informação, geração de empregos e um campo da geografia. No entanto, percebe-se que a atividade turística carece, para sua ascensão, de recursos naturais, culturais e históricos.

A TV a cabo oferece centenas de possibilidades, são diversos canais que destacam seus programas culinários e turísticos, apenas quem tem assinatura com uma operadora de TV fechada poderá assistir a esses formatos, então se você realmente quer aprender o que há de melhor na cozinha mundial ou conhecer diferentes lugares por meio da tela, mas para quem não tem esta possibilidade, o Brasil deixa a desejar em sua programação de TV aberta. Já conhecemos o bastante explorado gênero dos reality shows, bem como dos que ensinam receitas, mas aqueles em que divulgam a busca por diferentes gastronomias ainda é um formato pouco mostrados no Brasil em canal aberto, por sua vez também não é vantajoso para os canais abertos saírem de sua rede de programação. E esse será exatamente o diferencial de “Rota Paraná”, aliado ao formato para web.

Neste programa, para internet, mostraremos as diferentes regiões do Paraná com seus lazers, culturas, programação e como seus diversos grupos alimentam-se. Nesse misto de reportagem e programa turístico culinário, a equipe viajará pelo Paraná encontrando lindos lugares, fascinantes grupos, participando de suas vidas e aprendendo saborosas receitas. O programa será destinado para os “loucos” por viagens, amantes da gastronomia, uma pessoa sem papas na língua, com muito bom humor.

Por esses motivos o “Rota Paraná” será um programa viável. Por se tratar de um programa turístico gastronômico, cultural, feito para web em formato irreverente. A metodologia utilizada para a que os autores pudessem constatar a viabilidade econômica e de público do programa “Rota Paraná” teve caráter exploratório.

Tendo em vista que se trata de uma produção audiovisual, os autores optaram pela pesquisa de caráter aplicado, e que a partir de uma pesquisa bibliográfica e também através de uma extensa coleta de dados, constatou-se que há uma grande fatia da sociedade que se interessa por gastronomia e turismo, mas que até então é pouco explorada.

Foi realizada uma pesquisa qualitativa exploratória com três turistas de diferentes idades a fim de delimitar e entender quais são os anseios do público-alvo. A sustentação do projeto se deu pela realização de uma extensa pesquisa bibliográfica, a qual reuniu teóricos relacionados ao turismo, gastronomia, segmentação do jornalismo e sobre a produção audiovisual para a internet. Além disso, reuniu-se dados oficiais sobre o acesso de internet no Brasil e no Paraná, tal como os índices referentes ao turismo e gastronomia paranaense.

Reunidas as informações referentes ao turismo e gastronomia no Paraná, foi realizada uma pesquisa qualitativa exploratória com três pessoas entre 20 e 40 para que o conteúdo do programa “Rota Paraná” pudesse ser definido. Tendo em vista que o tema é pouco explorado por autores, houve dificuldade em reunir informações sobre o turismo no estado do Paraná, no entanto, os autores acreditam que o projeto é uma oportunidade para fomentar a temática e levar ao público informações que até então eram pouco divulgadas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver um programa para a web com o gênero turístico gastronômico no Paraná.

1.1.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do trabalho são:

- a) Informar o público paranaense sobre sua cultura turística e gastronômica.
- b) Produzir um programa para web utilizando uma linguagem de fácil compreensão, um apresentador participativo e que converse com seus telespectadores de forma descontraída.
- c) Aprofundar os paranaenses sobre a cultura de seu estado, buscando mostrar que o Paraná é sim um estado importante para o Brasil, orientando assim cada região sobre sua história.

2 TURISMO

Diversas são as definições dadas para esse tema. Acredita-se que a primeira tenha surgido em 1911 pelo austríaco Hermann Von Schullern zu Schattenhofen. “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. (SCHATTENHOFEN, 1911 apud BARRETTO, 2001, p.9)

Em acesso ao site da OMT e no livro Introdução ao Turismo, pode-se compreender que para a Organização Mundial do Turismo, o turismo pode ser compreendido como a busca pelo lazer, conhecimento, negócios, entre outras que as pessoas buscam quando saem do seu habitat natural, ou seja, durante as viagens e para ser reconhecido como turismo, o viajante não poderá passar do prazo de um ano fora de seu ambiente natural.

Outras definições para o turismo também podem ser apresentadas como mostra a autora Margarida Barreto: a relação existente entre as pessoas que estão temporariamente num local e os habitantes desse lugar; Quando as pessoas saem provisoriamente do seu habitat seja por trabalho, pela alma ou pelo corpo; As viagens realizadas para o local de trabalho não podem ser consideradas turismo; A pessoa que está em um país estrangeiro sem querer ganhar dinheiro ou fixar residência, mas gastando o dinheiro que ganhou em outro local; Movimento de viajantes com condução própria não buscando no país propósito econômico; O movimento dos que residem em um local como estrangeiros ou forasteiros e que não estão em serviço militar; O processo dos hotéis, agências, transportadoras e guias para ultrapassar as concorrentes, atender as pessoas, além do fomento da infra-estrutura e campanhas publicitárias; O estímulo social profundo do passado, artes e arquitetura.

Podemos perceber então que turismo é algo muito mais complexo que negócios ou comércio, pois todas as visões abordam o tempo de permanência, a não obtenção de lucro e a busca pelo prazer. Também é preciso deixar muito claro que viagem não é a mesma coisa que turismo, o turismo sempre envolve uma viagem, mas a viagem não necessariamente vai envolver o turismo como no caso de negócios, visitas, doenças e compromissos sociais. Algumas pessoas que viajam por motivos não turísticos podem também utilizar serviços de turismo, como no caso de congressos que possuem esquemas de atendimento turístico aos

acompanhantes dos participantes. O mesmo pode-se dizer para os hotéis. Nem todo hotel é turístico e nem todo turismo envolve necessariamente hotéis, o turismo inclui o a instalação, mas ela não precisa ser exclusivamente da hotelaria.

Outro quesito fundamental para ser tratado como turismo é a preparação envolvida, como o planejamento de quem vai receber o turista, a construção de caminhos e estradas, o acolhimento, a alimentação, o lazer, saneamento, ou seja, todas as comodidades necessárias para que se tenha o mínimo de conforto. Para a autora Margarida Barreto: “Um recurso natural como, por exemplo, as Cataratas do Iguaçu, há um século, sem nada, não representaria um recurso turístico propriamente, pois poucos aventureiros ousariam ir lá, através da selva”. (2001, p.14)

O autor Marcelo Ribeiro afirma que uma “zona” só será considerada turística quando ela possuir mais de dez pontos atrativos. Ou seja, quando um turista tiver a possibilidade de conhecer no mínimo dez locais atrativos na cidade.

O fato é que o turismo é uma das atividades mais prósperas atualmente, devido ao gigantesco campo de atividades e serviços. Seus ramos podem dividir-se em: ecoturismo, aventura, cultural, religioso, gastronômico, eventos e negócios, entre outros. De acordo com o site The Cities se reunirmos parte dessas classificações chegaremos a mais de 20 tipologias de turismo das quais podem ser praticadas no Brasil. O turismo além de ser considerada uma forma de estudos, de recreação e passeios, como é reconhecido principalmente, ele pode ser também apenas a consideração de paisagens, informação, geração de empregos e um campo da geografia.

O turismo de eventos movimenta mais de cinquenta setores da economia e segundo Tenan são os:

[...]organizadores profissionais de eventos, centros de convenções, agências de viagens, meios de hospedagem, transportadoras, alimentos e bebidas, montadoras de estandes, bancos, cartões de crédito, tradução simultânea, impressão de folhetos, recepção, decoração, seguro, vigilância, entretenimento, equipamentos audiovisuais, fotografia e comunicação, e imprensa especializada. (TENAN, 2000, p.53).

No entanto, percebe-se que a atividade turística carece, para sua ascensão, de recursos naturais, culturais e históricos.

O mundo está passando por diversas mudanças e, devemos nos adaptar a essas transformações. Desde os primórdios o homem primitivo modifica o seu ambiente pensando apenas em sua sobrevivência.

As autoras Ana Cristina da Natividade e Luciane Aparecida Cândido (2000) dizem que somos nós quem aperfeiçoamos o mundo, ajustando-o conforme nossa visão, podendo inclusive trazer algo significativo para nós como seres humanos.

Cada pessoa é levada a um local por diferentes motivos. Cada indivíduo irá expressar, interpretar e perceber o lugar ao seu modo, depois irá unir a sua percepção com a de outros indivíduos, um mesmo lugar nunca é igual seja pra um indivíduo ou mais pessoas, ou seja, a outros modos de ver a vida e territórios e juntos, poderão modelar novas formas e partilhar experiências. Porém, só conseguimos ajustar um local ao habitarmos nele, ao percebermos que atribuímos um sentido para ele e que o ambiente por sua vez nos fez sentir algo.

De acordo com Callai (2000), entendemos por território, o espaço que ocupamos fisicamente e devemos conhecê-lo para que assim possamos dominá-lo, pois o mundo que nos é importante pode estar totalmente modificado amanhã.

Andreis (2000) acredita que uma pessoa sente-se parte de um local quando começa a perceber as transformações que o local está sofrendo.

Cada metro quadrado de qualquer espaço e de todas as paisagens do mundo, tem uma história. É efeito de ações e ideias das pessoas que agiram e agem sobre este. É também o lugar de alguém e de alguns hoje. Está vinculado o mundo de uma ou de outra forma em grande, média ou pequena escala. Por isso, todos os espaços são significativos, devendo ser respeitados e valorizados. (p.44).

Quando somos turistas nos tornamos “novas pessoas”. Nesse novo ambiente temos a oportunidade de sermos quem quisermos, fazer tudo o que desejarmos, afinal essa é uma nova experiência e ninguém nos conhece, permitindo assim que o visitante faça tudo que em seu habitat ele não faria. “O visitante, em sua maioria, ao chegar em um novo espaço aproveita-o para extravasar seus sentimentos,(...) e fazer tudo aquilo que jamais fariam em seu ‘espaço construído de residência’”. (NATIVIDADE; CÂNDIDO, 2000, p.192)

As pessoas buscam na viagem uma forma de se relacionar com outros seres humanos, fugir do dia a dia, buscar afeto e aí, então, se sentem bem. Não só o

lazer, mas o turismo possibilita um fenômeno de massas, o envolvimento e a aproximação entre seres humanos de diferentes classes econômicas, raças, religiões, visões políticas e idiomas. Existe então a busca pela cultura, por outras formas de sociedades e o desejo de descobrir outras histórias.

Segundo Specht (2000), ainda continuamos transformando nosso meio, mas agora com o propósito de acumularmos capital, nos distanciando do meio ambiente. A autora também afirma que as densidades demográficas são maiores no ambiente urbano, impedindo relações pessoais mais profundas, o que aliado a educação, a economia, as experiências vividas e a cultura, também fazem com que as necessidades sejam diferentes em cada habitat.

Normalmente, quanto mais tempo se vive num determinado local, mais vínculos se formam e mais favorável é a nossa percepção quanto ao mesmo, pois vemos nossas digitais neste entorno. Quando as pessoas não se identificam com o meio em que vivem, elas anseiam por sair desse meio, para outro que lhes proporcione identificação e afinidade. (ANDREIS, 2000, p.44).

Nem sempre a cultura de uma população é explorada como deveria, pois as agências determinam o que deve ser visto e os visitantes acabam não explorando os locais importantes da região. “(...) são submetidas a adaptações para serem apresentadas aos turistas, que normalmente são muito seletos quanto aos ‘ver’, não se agradando das formas originais das apresentações””. (NATIVIDADE; CÂNDIDO, 2000, p.193)

As ações de ecoturismo são também importantes, afinal, algumas paisagens naturais exercem forte poder de atração sobre as pessoas. É fundamental discutir o assunto para que se possa evitar os impactos ambientais e assim realizar uma viagem responsável, planejada, de preservação do espaço e respeito a comunidade alheia.

O turismo na sociedade moderna também pode ser definido como um conjunto de atividades econômicas e ações mercadológicas que produzem e geram riquezas para várias regiões ou países. Para os autores Beatriz Helena Gelas Lages e Paulo César Milone essa é reconhecidamente a indústria que mais gera empregos no mundo, fazendo com que existam diferentes profissões e especialidades em um

mesmo ramo, sendo esses profissionais necessários para a produção e para o desenvolvimento econômico global.

Para Marcelo Ribeiro (2000), no turismo socioeconômico brasileiro são poucas as regiões que investem em desenvolvimento turístico. O governo precisa investir na continuidade e na aplicação de verba dos atrativos culturais e naturais, fortalecendo assim a permanência dos turistas em determinadas regiões. As regiões pouco desenvolvidas socioeconomicamente não possuem harmonia em seus setores públicos e privados. Para ele, a melhor solução seria que os Governos criassem, durante os seus mandatos, ações econômico-financeiras, tais como os programas de incentivo a turistas, nelas seriam estimulados os habitantes do local a criar transportes turísticos, locais de alimentação e hospedagem para turistas. Afinal serão esses serviços que determinarão se a viagem feita pelo turista valeu à pena. O governo de um estado que decidir pela ampliação de seu turismo poderá pesquisar por bancos de fomento, que seriam instituições financeiras não bancárias, regulamentadas pelo Banco Central do Brasil (BACEN). Ela objetiva substituir a figura de banco de desenvolvimento, buscando reduzir a participação do estado no sistema financeiro, decorrente dos acordos da Basileia.

A forma deste planejamento deve seguir passos onde a administração pública participe do processo como fomentador e orientador das ações definindo políticas consistentes como incentivos, isenções e de forma direta a melhoria da qualidade de vida de seus munícipes. Entende-se que uma cidade que possua qualidade de vida para seus habitantes presta-se para a atividade turística. (RIBEIRO, 2000, p.189).

O turismo então se mostra como uma opção de lazer, contribuindo para a qualidade de vida. Ele também gera empregos e renda, fato que contribui para a diminuição da desigualdade social. Mas isso não significa que as pessoas não viajassem antes, pois desde muito cedo grupos humanos se movimentam, como exemplo podemos citar os nômades e os exércitos, na Idade Média temos também as peregrinações e tempos depois as navegações, mais tarde os filhos de aristocratas viajam para se educar e depois houve a retirada dos negros da África para o Novo Mundo. Todo esse processo de deslocamento encurtou as distâncias, transformou as paisagens e fez com que novas cidades fossem se formando.

2.1 AS CIDADES E A URBANIZAÇÃO

Na Idade Média, a função das cidades nada mais era do que religiosa, política, administrativa e sede de grandes impérios, apenas aquelas que possuísem todas essas características podiam ser definidas como cidades. A organização do espaço geográfico e a base da economia ficavam totalmente por conta da atividade agrícola. A grande concentração de pessoas só veio a acontecer com a Revolução Industrial entre os anos de 1760 e 1840, quando algumas cidades da Europa, em especial da Grã-Bretanha tornaram-se os pólos da economia. Atualmente podemos ver esses centros como: **Cidade Aglomeração** – Papel de comando, concentrando alto número de pessoas, habitações e serviços; **Cidade Rapidez** – O espaço urbano requer das pessoas agilidade. Ao contrário do campo na cidade os seres humanos criam o seu próprio ritmo; **Cidade Inovação** – A cidade tem maior capacidade de modernização do que o campo, com suas inovações tecnológicas econômicas e sociais ela está sempre caminhando em direção ao futuro.

No século XIX com a construção de ferrovias, a expansão do comércio, o avanço da lavoura de café, a colonização européia e o fim da escravidão, ocorreu a fundação de novas vilas e cidades do interior de diferentes regiões brasileiras e a cidade passou a ser um local de moradia e de trabalho.

2.2 TERRITÓRIO BRASILEIRO

A urbanização brasileira ocorreu rapidamente, em 1950, com a modernização da economia. Em 1960, o governo brasileiro decidiu expandir a industrialização. Toda essa urbanização resultou no crescimento das regiões metropolitanas, a mancha urbana e sua importância econômica foram denominadas metrópoles.

O autor Igor Moreira exemplifica bem a função das metrópoles e suas diversas atividades:

Em geral, a principal função da metrópole na organização do território nacional é o controle. Metrôpoles como Londres, Paris, Tóquio, São Paulo ou Nova York são centros de difusão das principais redes de circulação de pessoas, matérias-primas, produtos industrializados e informações. Quanto mais amplas e diversificadas forem as atividades controladas direta e indiretamente pelas metrópoles, mais importante será seu papel na organização do território (MOREIRA, 2003, p.124).

Na década de 1980 ha uma modificação na urbanização, o Estado não consegue mais financiar grandes obras de infra-estrutura e as atividades econômicas migram para outras regiões, e assim as regiões metropolitanas brasileiras deixam de ser o pólo de intenso crescimento populacional. Atualmente os brasileiros residem nas cidades médias e pequenas com índices de crescimento maiores que o das capitais. “Cidades com até 500 mil habitantes passaram a ser pólo de atração de migrantes, devido ao crescimento da indústria, da agroindústria e do comércio local”. (MOREIRA, 2003, p.125)

Ainda para o autor, as cidades possuem ordem de importância de acordo com as suas funções. Elas podem ser um centro regional (Florianópolis, Teresina, Cuiabá, Natal, etc.), uma metrópole regional (Manaus, Belém e Goiânia), uma metrópole nacional (Belo Horizonte, Brasília, Fortaleza e Recife) ou uma metrópole global (São Paulo e Rio de Janeiro). Uma cidade se sobressai em relação às outras quando proporciona serviços de qualidade em maior quantidade. Elas podem ter como função principal o comércio, a atividade industrial, portuária, religiosa, político-administrativa e turística. Quanto mais funções apresentar, maior importância terá.

O Brasil, também é conhecido como país-continente em função de sua fauna, flora e extensão territorial, este último é também o motivo pelo qual possuímos diferenças regionais, sociais e contrastes nas paisagens naturais.

Com exceção do Sul, podemos caracterizar o Brasil como um país tropical. Prova disso são as temperaturas elevadas, longo período de exposição solar, abundância de rios, cachoeiras e piscinas naturais em ambientes pouco freqüentados por pessoas, além, é claro, da riqueza de sua fauna e flora.

O THECITIES, portal de conteúdo estruturado que atua na prestação de serviços de informações confiáveis, precisas e atualizadas nas áreas de economia, cultura, turismo, meio ambiente, entre outros, nos mostra alguns dados:

O Brasil possui em seu meio ambiente a maior biodiversidade do planeta. O País abriga aproximadamente 524 espécies de mamíferos, 517 de anfíbios, 1.677 de aves e 468 de répteis. Além disso, dentre essas formas de vida, grande parte é endêmica, ou seja, existem apenas em território brasileiro: 131 espécies de mamíferos, 294 de anfíbios, 191 de aves e 468 de répteis são exclusivos do Brasil. Dono das maiores reservas de água doce e de um terço das florestas tropicais que ainda restam no mundo, o Brasil, detentor de 20% de toda espécie animal e vegetal do planeta(...) (Portal de conteúdo THE CITIES).

Por esses e outros motivos o turismo responsável e bem orientado, representa um fator econômico importante para o País. Para Denise de Souza, autora do artigo “Práticas de turismo responsável como incentivo na integração das culturas”, o turismo responsável nada mais é do que o respeito dos viajantes à localidade visitada, através de práticas e atitudes, que possam minimizar os impactos ambientais, sociais e culturais que o turismo de massa pode causar a uma localidade. Algumas atitudes demonstram quem são esses turistas: aqueles que quando viajam escolhem não dar apoio à destruição e à exploração, evitando o impacto ambiental e cultural. Conhecem e respeitam a legislação e os limites dos locais que serão visitados e por fim preservam o patrimônio artístico, arqueológico e cultural do local visitado.

Em 1940 o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), conhecido por nos apresentar o mapa do Brasil como vemos em livros, jornais, revistas e na mídia em geral, tentou implementar a primeira divisão territorial, mas esta, levava em conta, apenas os critérios de localização. Em 1945, a segunda proposta foi com base no quadro físico do território. A terceira divisão foi feita em 1968, nela foi levada em conta os aspectos do desenvolvimento industrial, sociais, econômicos e semelhanças físicas de cada região. A divisão regional que conhecemos hoje foi instituída em 1988 com a criação de um novo estado que integrou a região norte do País: Tocantins.

“A definição das regiões depende exclusivamente dos critérios político-administrativos estabelecidos pelo governo federal. É o governo federal que propõe mudanças, conforme as necessidades de planejamento e atuação sobre o território”. (MOREIRA, 2003, p.70). Porém, o problema da divisão regional é que as regiões administrativas não correspondem precisamente as demarcações naturais e humanas das diferenças das paisagens. Um exemplo é que o Norte do Paraná

possui características que mais se assemelham ao Sudeste, como a divisão não é rígida a paisagem não se altera na linha exata da divisa.

2.3 TURISMO PARANAENSE

Quando os portugueses começaram a colonizar o Brasil eles estavam interessados apenas na produção de cana-de-açúcar, assim o Sul ainda estava distante do centro de interesse. Com a descoberta de ouro no litoral do Paraná foi fundada em 1649 o primeiro povoado, a vila de Paranaguá. Curitiba é fundada oficialmente em 1693. No fim do século XVI os espanhóis jesuítas, com a missão de catequizar os índios, introduziram a criação de gado e fundaram as missões no oeste paranaense.

O Guia de Turismo do Paraná define o Estado como a região perfeita para o turista que busca o contato com a natureza, aventura, história, cultura, lazer, religião e gastronomia.

O estado do Paraná está localizado dentro da Região Sul. O Sul possui uma área de 576 301 km², correspondendo a 6,8% do território brasileiro, sendo assim é a terceira região mais populosa do país com 25,1 milhões de habitantes. Apesar de ser a menor região do Brasil, é a segunda em importância econômica, superada apenas pelo Sudeste. Também conhecida como meridional, a região sul é formada pelos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

De acordo com dados do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes) de 2014, o Paraná ocupa uma área de 199.880 km², correspondentes a 2,4% da superfície total do Brasil e conta atualmente com 399 municípios instalados. A economia paranaense é a quinta maior do País. O Estado responde atualmente por 5,60% do PIB nacional. Os nascidos no estado são conhecidos como paranaenses e sua população atual é de 10.444.526 habitantes.

A população é formada, predominantemente por descendentes de diversas etnias como: poloneses, italianos, alemães, ucranianos, holandeses, espanhóis e japoneses que aqui se fixaram, juntando-se ao índio, ao português e ao negro, os três elementos básicos que formaram o povo e a cultura paranaense, fazendo com que o Paraná seja conhecido como a “Terra de Todas as Gentes”. Vale destacar que o oeste do Paraná e a região metropolitana de Curitiba continuam atraindo

migrantes e apresentando índices de crescimento acima da média da região Sul nos últimos anos.

A capital, Curitiba, possui mais de 1,8 milhão de habitantes e sua área metropolitana, composta por 25 municípios, tem mais de 2,7 milhões de habitantes. Seu grande desenvolvimento industrial ocorreu principalmente a partir de 1970 e a área metropolitana beneficiou-se da proximidade com o Sudeste, das redes de transportes e das comunicações.

Suas principais cidades são: Curitiba, Londrina, Cascavel, Ponta Grossa, Maringá, Guarapuava e Foz do Iguaçu. No litoral, com 98 km de extensão, está localizada a baía de Paranaguá com 300 km² de área, sendo uma das mais importantes do Sul do Brasil, onde se destacam os portos de Paranaguá e Antonina. O Porto de Paranaguá é o mais movimentado do estado e um dos mais importantes do Brasil, sendo fundamental também para o Paraguai, pois esse país não possui saída para o mar.

O Estado conta com cinco zonas naturais: Litoral, Serra do Mar, Primeiro, Segundo e Terceiro Planaltos. A diversidade de paisagens, a fertilidade de seu solo, os usos, costumes e as características de sua gente, fazem do Paraná um Estado *sui generis* e o coloca em privilegiada situação no cenário nacional. As características do relevo da região apresentam grande variedade nas formas, por causa da diversidade de rochas e da ação climática.

Os Planaltos e Chapadas da Bacia do Paraná possuem a forma de relevo mais extensa da região Sul, ocupando mais de 50% do território e estende-se do Paraná até o Rio Grande do Sul, na porção centro-oeste. Originados de terrenos sedimentares que datam das eras Paleozóica e Mesozóica, esses planaltos são compostos principalmente de arenito e das rochas vulcânicas, com a erosão dos rios surgiram então vales e canyons, como as Cataratas do Iguaçu.

A Serra do Mar paranaense ou serra da Graciosa como é conhecida, está localizada bem junto à costa, algumas vezes com larguras estreitas e em outras proibindo a formação de planícies litorâneas. Os trechos formados de meias-montanhas e outros de áreas onduladas isoladas faz com que sejam encontradas as maiores altitudes do Sul do país, como o Pico do Paraná com 1.922 metros.

O planalto de rochas cristalinas localizado entre a serra do mar e a depressão periférica possui o nome de Primeiro Planalto Paranaense e é onde localiza-se Curitiba, sobre uma bacia sedimentar. O Segundo Planalto Paranaense possui

altitudes de cerca de 900 metros e é nele que está localizado o Parque Estadual de Vila Velha com suas formações rochosas da era Paleozóica muito trabalhadas por agentes erosivos.

Por estar na região Sul e quase totalmente nas latitudes médias ou zona temperada, a radiação solar no Paraná não é tão forte como na zona tropical. O clima é dividido em dois regimes: o tropical que domina o Norte, Oeste e Litoral com temperaturas médias a 22°C, e o subtropical ou temperado nas regiões do Centro-Sul, com temperaturas médias de 22°C e 10°C. No inverno, as temperaturas caem e podem ocorrer geadas. Outra diferença em relação a todas as outras partes do País é que suas médias máximas de verão e médias máximas de inverno são muito mais acentuadas.

Sua vegetação original é composta por mata de araucária, formada pelo pinheiro brasileiro, árvores que se adaptam a baixas temperaturas, sendo uma fonte de madeira para construção civil e fabricação de caixas, além de celulose, papel e papelão. Nessa mesma região crescia a erva-mate, conhecida no sul pelo chimarrão. Atualmente estima-se que reste apenas um décimo da área original. A floresta tropical também era uma vegetação típica, que mais tarde foi substituída por plantações de café e soja, onde pode-se extrair a imbuia e a canela. Por fim, a serra do Mar era conhecida pela sua vegetação que formava a mata Atlântica, mas atualmente grande parte dela já não existe.

O Paraná é o maior produtor nacional de grãos, apresentando uma pauta agrícola diversificada. A utilização de avançadas técnicas agronômicas coloca o Estado em destaque em termos de produtividade. Entre seus produtos destacam-se: trigo, milho, algodão, rami, soja, feijão, batata e o café. O norte do estado, Londrina, Maringá e Cornélio Procopio, foi povoado no início do século XX devido ao avanço dos cafezais paulistas. Atualmente, o Paraná é o quarto produtor nacional de café. A pecuária foi uma forte atividade até meados do século XIX, depois disso a colonização européia, com forte influência dos italianos, alemães e também eslavos, introduziram outras práticas. Além da suinocultura, avicultura e bovinocultura; na indústria destacam-se a alimentar, a química e a madeireira, sendo um dos principais estados exportadores o país.

O valor da transformação industrial do Paraná atingiu R\$ 68,1 bilhões em 2012. Na estrutura industrial do Estado, predominam os segmentos de alimentos, veículos automotores e refino de petróleo, responsáveis por aproximadamente

54,2% do valor da transformação da indústria estadual. O valor adicionado do setor de serviços do Paraná totalizou R\$ 143.597.130 bilhões em 2012, com grande participação dos ramos de comércio, administração pública e atividades imobiliárias. Em 2014, o Paraná respondeu por 7,3% dos US\$ 225 bilhões das exportações nacionais, ficando na quinta posição entre os estados brasileiros. Nas importações, os maiores fornecedores de bens ao Paraná foram China, Argentina, Alemanha e Estados Unidos, responsáveis por US\$ 7,0 bilhões em negócios com o Estado.

Suas maiores usinas são as de Itaipu no Rio Paraná, e Foz do Areia, Salto Santiago, Salto Segredo e Salto Osório no rio Iguaçu.

A malha ferroviária do Estado do Paraná é composta por 2.400 km de ferrovias, sendo que 2.039 km são concessionados pelo Governo Federal à América Latina Logística – ALL e 248,5 km concessionados ao Governo do Estado do Paraná, cuja administração e operação é executada pela Estrada de Ferro Paraná Oeste S.A. - FERROESTE. Ambas as concessões têm como órgão regulador a Agência Nacional de Transporte Terrestre – ANTT. Hoje a Malha Rodoviária de jurisdição federal e estadual do Paraná conta com um total de 15.861,07 km de rodovias, sendo 1.903,60 km de rodovias não pavimentadas e 13.957,47 km de rodovias pavimentadas.

Na área de hospitalidade, o Paraná conta atualmente com 210 hotéis classificados, sendo que desses 144 estão na capital. Os serviços de agências de turismo contabilizam 180. Segundo dados da Secretaria de Turismo, o turista passa, em média, quatro dias no Paraná e gasta cerca de U\$ 72,5 o equivalente a duzentos reais aproximadamente.

2.4 TURISTAS E CURITIBA

Luiz Roberto Loureiro Leite Junior, 38 anos, já morou por um curto período de tempo em Curitiba e a 20 anos não visitava a cidade, atualmente ele reside em João Pessoa – PA. Em sua opinião a cidade evoluiu, porém não mudou muito durante todo esse período. Para ele o ponto positivo na cidade é a locomoção, ele acredita ser muito fácil transitar na cidade, especialmente no Centro de Curitiba, outro fator seria quantidade e o tamanho dos parques. Porém, por trabalhar na gerência de um

dos maiores hotéis de sua atual cidade, que é totalmente turística, ele acredita que os preços cobrados são altos e muitos serviços inclusos são ruins, tais como o café da manhã servido para os hóspedes.

Morando nos Estados Unidos a 16 anos, a gaúcha Sharon Marques de 32 anos, que conhece todas as capitais do Brasil, afirma que com certeza Curitiba é a mais bonita entre todas elas, mas que a cidade ainda não pode ser comparada, como muitas pessoas dizem, com as cidades europeias e para ela o ponto que mais deixa a desejar são os horários, ela acredita que seja muito cedo, em que os bares da cidade fecham.

A imagem de uma cidade bonita, organizada e bem cuidada é a que Camila Gondim, vai levar de Curitiba. Mas para ela, amante do calor, o clima frio não é muito agradável, assim esse seria um dos motivos que fariam com que ela não escolhesse a capital paranaense para fixar residência. “Eu escutei muitas pessoas que já vieram para cá falando da limpeza da cidade e de como as pessoas a respeitam para que ela seja um exemplo a ser seguido ecologicamente, mas sinceramente não achei tudo isso, não porque essa não seja uma cidade limpa, mas porque não encontrei muitas diferenças nesse quesito com as cidades do nordeste.”

2.5 GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO

O turismo é uma atividade secular, que na atualidade assume além da religiosidade questões como apreciação da cultura local e gastronomia. A gastronomia no Brasil é a mistura de diversas culturas, temperos e sabores, tendo vários estados os seus atrativos gastronômicos. Gastronomia e o Turismo são indissociáveis, pois é impossível pensar em turismo sem prever a alimentação para curta ou longa permanência. Em qualquer destino, o viajante precisa da alimentação e assim acaba experimentando a cozinha da localidade.

Para as autoras Luiziane Viana Segala e Vânia Moleta o turismo gastronômico está ligado à sensação e ao prazer de conhecer e saborear algo novo quando se viaja, sabores distintos daqueles aos quais se consome diariamente. Algumas regiões para se promoverem mais no turismo, lançam roteiros gastronômicos para que os turistas possam ao viajar, conhecer a cultura, a história e tradições em volta da comida. O turismo gastronômico vem ampliando postos de

trabalho em restaurantes, bares, lanchonetes e ambulantes, trazendo uma melhoria na economia local e para a população, fazendo com que a cidade cresça economicamente, gerando mais empregos, atraindo mais turistas e o mais importante, com que a cidade seja conhecida nacionalmente pelo seu prato típico.

Segundo o IBGE (2008), o Paraná é composto por 399 cidades e apenas dois pratos típicos têm destaque no cenário nacional, sendo um deles o Carneiro no Buraco, prato típico de Campo Mourão. A cidade está localizada na região Noroeste do estado do Paraná (a cerca de 477 quilômetros de Curitiba), com 92.300 mil habitantes, as pessoas nascidas na cidade são denominadas mourãoenses.

O município é predominantemente agrícola e seu clima é subtropical úmido mesotérmico, com verões frescos e geadas frequentes. A cidade conta com alguns museus e teatros, mas suas principais atrações turísticas são os parques, a estação ecológica e a catedral, porém as feiras agropecuárias são as responsáveis por levar grande parte dos turistas.

Em 1962 os três amigos Ênio Queiroz, Joaquim Teodoro de Oliveira e Saul Ferreira Caldas, assistiram um filme de faroeste onde vaqueiros preparavam alimentos e carnes em buracos no chão nas brasas. Os índios descobriram que o fogo ajudava na conservação da carne da caça, então cozinhavam dessa maneira, pois prevenia que a mata não pegasse fogo e também não atraia animais. Animados, foram logo tentar preparar uma nova iguaria e a carne de carneiro foi escolhida por ser muito apreciada pelos amigos. Colocaram as frutas, legumes, especiarias e a carne do carneiro em tachos de ferro, as folhas de bananeiras foram colocadas em cima dos alimentos com o intuito de não ressecar. Para lacrar passavam argila em volta da tampa. As primeiras tentativas foram frustradas, ou a fumaça ficava dentro do tacho, ou a carne não ficava cozida ou os tubérculos e frutas também não cozinhavam.

Outros indícios apontam que o prato incorpora costumes de 1580 com a chegada dos jesuítas ao continente sul-americano. Na década de 80 a tradição se espalhou e autoridades e visitantes passaram a ser recepcionados no município sempre com Carneiro no Buraco.

O grupo registrou o Carneiro no Buraco como sendo o prato típico de Campo Mourão, no dia 20/06/91 pela Lei nº731, com a ajuda do prefeito da época. O evento gastronômico é realizado sempre no segundo domingo de julho e tem por objetivo preservar e divulgar a tradição de seus colonizadores. A cada ano o evento atrai um

número maior de público para degustar a iguaria da cidade. A festa acontece no Parque de Exposições Getúlio Ferrari, junto com a Exposição Feira Agropecuária, Comercial e Industrial da cidade, e à frente do evento está a Prefeitura, o Sindicato Rural do Município e a Associação dos Servidores Municipais - Assercam.

O prato tem hoje um alto padrão de qualidade e está entre as comidas típicas mais conhecidas do Paraná, agradando até mesmo os vegetarianos, em razão da grande quantidade de legumes e tubérculos. É também conhecido nacionalmente por ser exótico e por conter misticidade.

O evento gastronômico além de estabelecer integrações sociais, tem por objetivo promover o município em nível nacional. A Festa do Carneiro no Buraco é cheia de simbolismo e cultura. Para a preparação do prato típico da cidade, são praticados rituais para demonstrar de forma simbólica a criação do fogo. O espetáculo se chama "o Guardião do Fogo" que tem por base a Mitologia Grega, retratando o início da criação do mar, do céu, da terra e de todas as coisas. Quase no final da apresentação, quando os guardiões do fogo chegam ao continente americano, o espetáculo retrata a chegada dos pioneiros na região de Campo Mourão. Um dos guardiões passa o fogo para uma pessoa escolhida na qual representa quem criará receita do prato típico. O período é de seis horas para que os primeiros tachos sejam descidos no buraco para ficarem sobre as brasas. Este ritual ajuda na valorização da cultura e da história do município. O evento é também cheio de tipicidades, por ser algo que foi atribuído pela tradição do local em volta do prato típico.

Segundo os organizadores do evento, durante sua realização o parque de exposições recebe mais de 100mil pessoas em seis dias, onde são montados mais de 140 tachos do carneiro. O valor do convite vendido é de R\$15,00 para adultos e para as crianças de oito á doze anos é R\$10,00, a entrada da direito a um prato de porcelana com a logo do evento. É possível notar que os turistas e munícipes são favoráveis à realização da festa do prato típico do município, e que visitam o evento gastronômico por diversas razões: cultura, gastronomia e feira. Pode-se constatar que mais de 55% dos visitantes do evento são famílias vindas de outras cidades e possuem mais de 45. Boa parte dessas pessoas fica sabendo da festa pela TV, pela recomendação de amigos e pelo fato de ser um evento de tradição na região, assim sendo, o marketing da festa é essencial para que a cada ano tenha um público maior de interessados em degustar o prato. Há também nos dias de festa shows musicais,

apresentações culturais, shows automotivos, rodeio, exposições artesanais entre outros.

Para o IBGE (2008), o segundo prato típico do Paraná que têm destaque no cenário nacional possui um verdadeiro ritual para preparação. De influência portuguesa, o Barreado é originário dos sítios dos pescadores. Com o decorrer do tempo, passou para as cidades litorâneas, onde é cultivado há aproximadamente 200 anos. O nome Barreado vem dos açorianos e da expressão "barrear" a panela, ele é preparado com pirão de cinza e farinha de mandioca, para evitar que o vapor escape e o cozido seque depressa. O Barreado representa fartura, festa e alegria. Ele foi adotado como prato do período do entrudo (o precursor do carnaval), sendo sua característica a de que mesmo requentado, não perde o sabor original, o que liberava as pessoas durante os folguedos populares, não precisando cozinhar. Os ingredientes que compõem o Barreado constituem-se de carne, toucinho e temperos.

No turismo destacamos a Litorina, o trem da Serra do Mar Paranaense que parte diariamente de Curitiba rumo à cidade de Morretes em aproximadamente 3 horas de viagem. Durante os 110 quilômetros viajando pela maior área preservada de Mata Atlântica do Brasil O turista irá se deparar com uma ferrovia de 128 anos de história, muitas pontes e viadutos, casarios, cachoeiras e uma vegetação exuberante. O trem pode chegar a 21 vagões, divididos em seis categorias: econômico, turístico, executivo, camarote, standard e luxo. Sua capacidade total é a de transportar 1.104 passageiros por passeio.

Com o ciclo do tropeirismo algumas coisas mudaram no Estado, tais como a economia, a cultura e os costumes. Os tropeiros transportavam não só tropas, mas foram mensageiros de notícias, consolidaram caminhos, fundaram núcleos populacionais ao longo do percurso e assimilaram ao linguajar paranaense palavras de origem castelhana como churrasco, charque, bombacha e arroio. A gastronomia também sofreu influência e as cidades nascidas de antigos pousos, como a Lapa, cultivam ainda hoje saborosos pratos como a Quirera Lapiana, o Virado de Feijão, o Arroz Tropeiro, o Castropeiro, a Paçoca de Pinhão com Charque e a coxinha com farofa. Esse último, conta a lenda que há alguns anos, durante a festa de São Benedito, foi criada a coxinha com sobras de farofa de frango e massa de pastel. Essa iguaria se propagou, tornando-se um dos símbolos da culinária local.

Poucas cidades no país têm memórias de uma guerra ou conflito armado. Hoje intitulada a “Cidade dos Heróis”, a Lapa faz da sua importância histórica um atrativo turístico. A cidade entrou para os livros por conta do Cerco da Lapa, batalha militar que impediu o avanço das tropas contrárias à proclamação da República durante a Revolução Federalista de 1894. O pequeno município, a 65 km de Curitiba, possui o maior conjunto arquitetônico preservado do Paraná e abriga um pedaço orgulhoso da História do Brasil. São 14 quadras e 258 construções tombadas pelo patrimônio nacional. A cidade em si virou uma rara exposição ao ar livre que preserva e conta, em cada esquina, um pouco da vida e dos enfrentamentos do século 19. Um pouco mais afastado do centro (3,5 km), fica o Parque Estadual do Monge. O local foi morada de um monge conhecido como João Maria D’Agostinis, ermitão que vivia no que ficou conhecida como Gruta do Monge. A gruta é centro de peregrinação religiosa. Há vários depoimentos de graças alcançadas e de visões da Virgem Maria. Atualmente o parque passa por obras de revitalização.

Com os movimentos migratórios e imigratórios, os paranaenses incorporavam hábitos alimentares dos alemães, italianos, poloneses, ucranianos como, por exemplo, o costume de conservar a carne de porco imersa na banha. Na Região Oeste do Paraná, o porco no rolete é uma das principais atrações gastronômicas. O prato típico do município de Toledo requer técnica e arte na hora do preparo. O porco, de aproximadamente seis meses, é assado inteiro num rolete que gira sempre na mesma direção e velocidade. Um mês antes do abate, a alimentação do animal é trocada para que haja diminuição da banha sem a perda de peso. Talvez, pelo fato de ser colonizada por alemães, o porco leve uma quantidade de temperos refinados, como a alfazema, a noz-moscada, o alecrim e muito vinho branco seco. A receita tradicional leva linguiça, calabresa, carne moída, milho verde, ervilha, palmito e cogumelos. O prato leva cerca de 20 horas para ficar pronto.

A 10 quilômetros da sede do município de São José dos Pinhais, a Colônia Mergulhão está localizada na área rural, entre as Colônias Acyoli, Murici e Rio Pequeno, sendo as famílias Daldin, Bortolan, Bim, Juliatto, Pissaia e Possobom, as primeiras estabelecidas na região, trazendo a tradição da produção artesanal do vinho e outros costumes.

Aqui o turismo e a gastronomia andam juntos. Em 1998 foi realizado o inventário para posterior elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de São

José dos Pinhais. O programa Caminho do Vinho fomenta ações de desenvolvimento, divulgando o folclore, artesanato, comidas típicas e a valorização do patrimônio histórico-cultural. Atualmente a rota mantém as edificações típicas da colonização italiana e utiliza a residência das primeiras famílias. A Colônia possui 44 propriedades rurais envolvidas nas mais diversas atividades como vinhos, restaurantes e cafés coloniais, chácaras de eventos e lazer, minhocário, pesque-pague, pousada, receptivo local, artesanato entre outras.

Uma grande oportunidade para os pescadores da região, a festa da Tainha montada na Praça 29 de Julho em Paranaguá tem como foco principal a “Culinária caiçara”. A ideia é que com a transformação da festa em um evento nacional o Sul do país também seja lembrado pela produção da tainha. O Evento é uma realização da Prefeitura de Paranaguá através da FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo), com apoio da Colônia de pescadores do MTC (Ministério do Turismo e da Cultura) e da ANSEEDITUR (Associação Nacional de Secretários e Dirigentes de Turismo e Capitais e Destinos Indutores).

O evento movimentava a região na época mais fria do ano, quando a captura da tainha em águas paranaenses é maior. Cerca de 17 famílias de comunidades marítimas locais, que preparam o alimento de diferentes formas em barracas são beneficiadas, tendo assim maior oportunidade de renda, sem sair de casa. Os comerciantes sempre se preparam para vendas maiores que nos anos anteriores, cerca de 60 toneladas do pescado, entre consumos na própria praça de alimentação e vendas. Os pratos com o peixe custam entre R\$ 35 e R\$ 60 e servem duas pessoas.

A maioria dos visitantes é paranaense, predominantemente das regiões de Curitiba e do Litoral, segundo uma avaliação feita pela Fundação Municipal de Turismo (Fumtur), no ano passado. A pesquisa aponta também que quase 98% dos entrevistados pretende voltar esse ano. No local há também vários shows nacionais e regionais, as barracas que participam da Feira da Lua com gastronomia e artesanato e diversão para as crianças. Em alguns anos a programação ainda inclui a tradicional corrida das canoas, que movimentará as águas do Rio Itiberê com pescadores disputando em diversas categorias.

Chegando à 33ª edição, a Festa do Frango, Polenta e Vinho reúne os amantes da comida italiana no Bosque São Cristóvão, em Santa Felicidade em Curitiba. Nos três dias pratos típicos da comida dos imigrantes italianos serão

servidos: 5,5 mil quilos de frango, 5 mil quilos de polenta (R\$ 13, porção individual com os dois), 4 mil quilos de risoto (R\$ 10 serve duas pessoas) e 4 mil quilos de macarrão (R\$ 10 serve duas pessoas). A entrada custa R\$ 4, a salada de tomate com cebola e escarola R\$ 6, vinho em copo R\$ 3, garrafa R\$ 8 e garrafão R\$ 30. Durante os dias de festa também haverá missa, coral italiano, venda de artesanato, produtos como geleias e vinhos, apresentação de grupos folclóricos e bandas tocando músicas tradicionais italianas, barracas com doces e salgados e diversão para as crianças.

Santa Felicidade, o bairro local do evento, é a primeira colônia de italianos de Curitiba. Ela é formada por imigrantes da região do Vêneto que chegaram ao Brasil em 1878. De suas tradições nasceram as atrações que caracterizam o bairro, como a grande quantidade de restaurantes típicos, as vinícolas e as lojas de artesanato e móveis de vime. A igreja centenária é uma marca da religiosidade dos italianos. A poucas quadras dela está situado o Cemitério Santa Felicidade, com seu panteão construído por 18 capelas em estilo neoclássico e tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico. No bairro há ainda muitas casas que merecem destaque por sua arquitetura.

Prudentópolis, terra das cachoeiras gigantes e o maior produtor de feijão preto do Brasil, está localizada no interior do Paraná, a 210 km de Curitiba. Na cidade é realizada a Festa Nacional do Feijão Preto, conhecida como a maior feijoada do país.

Mil litros de água quente, meia tonelada de feijão preto, seis metros de lenha e oitocentos quilos de ingredientes como charque, lombinho, linguiça defumada, couro, joelho, costelinha crua, costelinha defumada, pé, além do tempero com alho, cebola e cachaça são preparados, durante 12 horas, num panelão que pesa 12 toneladas.

No turismo a cidade também se destaca, ela possui mais de cem cachoeiras catalogadas em todo o seu território. As quedas variam entre 80 e quase 200 metros de altura. O Salto São Francisco é considerado o maior do Sul do Brasil com 196 metros de altura. Os rios São João, dos Patos e Ivaí formam as mais de cem cachoeiras da cidade. A mais próxima está a 12 quilômetros do Centro. Em muitas delas é cobrada a entrada, algumas ainda possuem espaços com lanchonete, restaurante, piscina, churrasqueiras e área de camping. Para quem gosta de esportes de aventura, a

opções como rapelesa (rapel + tirolesa), corvolesa (tirolesa controlada), rapel e caminhadas pelas trilhas.

2.5.1 A GASTRONOMIA PARANAENSE

O homem sempre precisou se alimentar para viver. Desde os primórdios, com os homens da caverna, a alimentação foi o principal motivo para o descobrimento e para a socialização da raça humana. Por essa razão, o alimento está amplamente ligado a coletividade e representatividade de uma identidade local. É possível reconhecer as características de uma cultura por meio da sua gastronomia, como afirma Regina G. Schlüter:

A identidade também é comunicada pelas pessoas através da gastronomia, que reflete suas preferências e aversões, identificações e discriminações, e, quando imigram, a levam consigo, reforçando seu sentido de pertencimento ao lugar que deixaram. Dessa forma vai-se criando uma cozinha de caráter étnico utilizada com muita frequência no turismo para ressaltar as características de uma cultura em particular. (2003, p. 32).

Para o historiador e professor Carlos Roberto Antunes dos Santos, o alimento constitui uma categoria histórica, pois a dinâmica social é o reflexo dos hábitos e práticas alimentares. As trocas culturais são reveladas também nas cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais.

As cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais são produtos da miscigenação cultural, fazendo com que as culinárias revelem vestígios das trocas culturais. Hoje os estudos sobre a comida e a alimentação invadem as ciências humanas, a partir da premissa que a formação do gosto alimentar não se dá, exclusivamente, pelo seu aspecto nutricional, biológico. O alimento constitui uma categoria histórica, pois os padrões de permanência e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social. Os alimentos não são somente alimentos. Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois constitui atitudes, ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações. Nenhum alimento que entra em nossas bocas é neutro. A historicidade da sensibilidade gastronômica explica e é explicada pelas manifestações culturais e sociais, como espelho de uma época e que marcaram uma época. Nesse sentido, o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come. Enfim, este é o lugar da alimentação na História. (SANTOS, 2005, .12-13).

Sendo a cozinha um reflexo da sociedade, ela representa não simplesmente os hábitos alimentares e tradições de uma população, mas também, toda a sua formação histórica e cultural (Santos, 2005 apud Ederson Gimenes, 1995). Para o professor de Gastronomia do IFF (Instituto Federal de Farroupilha – RS), Fernando Melo (2011), a gastronomia e a culinária se entrelaçam e se definem por meio da história da humanidade, principalmente pela formação da sociedade de onde ela está localizada.

“[...] Por muito tempo definiu-se a Culinária como o conjunto de receitas de uma localidade e a Gastronomia como o conjunto da culinária e das demais coisas que a cercam... como os métodos de preparo... os utensílios... as bebidas... etc.”

“[...] Neste caso, do qual faço parte, a Culinária de uma localidade é o conjunto das suas técnicas de preparo, das matérias-primas regionais, das receitas criadas ao longo da história, dos utensílios utilizados, a forma de comer e de tudo mais que se insira neste contexto.”

“[...] O que caracterizou o surgimento da Gastronomia foi, além da valorização do prazer pela comida, a crescente urbanização das cidades e a generalização do hábito de se comer em restaurantes. Assim, a Gastronomia surge a partir do momento em que se começa a pensar e discutir sobre o que se come.”

“[...] A Gastronomia é, portanto, uma ciência humana que se firma na discussão e na prática da interrelação do Homem (técnica) com a Natureza (matérias-primas), realizada em torno da culinária, com o objetivo de potencializar o prazer do comer e a busca incessante pela excelência das preparações.” (MELO, 2011, p.1).

Portanto, a culinária e a gastronomia paranaense são o resultado dos diversos hábitos e pratos produzidos pelos povos locais ou trazidos por imigrantes e que estão sempre sendo adaptados com o passar do tempo.

A culinária paranaense é a mistura das influências de todos os povos que aqui chegaram ou dos que aqui já habitavam. Assim os índios paranaenses essencialmente coletores, tinham no pinhão, o alimento por excelência. [...] Com os movimentos migratórios e imigratórios, os paranaenses incorporavam hábitos alimentares dos novos habitantes notadamente alemães, italianos, poloneses, ucranianos dos quais o costume de conservar a carne de porco imersa na banha, o uso da quirera de milho amarelo, o boi, o porco e o carneiro, assados inteiros no rolete. (Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná).

Embora conhecida como a terra do pinhão, sua culinária é rica em variedade e sabores, por esse motivo a gastronomia paranaense não é explicada por uma palavra ou por um prato, não existe uma cozinha que podemos apontar como sendo típica do Paraná. Sua formação se deve à exuberância cultural e étnica, pois os pratos aqui feitos, refeitos, adaptados e readaptados são frutos dos imigrantes e migrantes.

O Paraná foi colonizado por diferentes povos negros e europeus que trouxeram suas culturas, seus costumes, suas tradições e que definiram o que hoje somos. Mas, antes deles, aqui estavam os indígenas que deixaram suas marcas na culinária paranaense. Aos Carijós e Caingangues devemos o hábito de consumir o pinhão, fruto da árvore símbolo do Paraná, a Araucária e, também, de incluirmos em nossa alimentação a mandioca, o milho, a erva-mate e o mel.

Já a culinária afro mesclava cultura - na maioria das residências eram as escravas negras que cozinhavam e lançavam mão de seus próprios temperos nos pratos que preparavam - religião e gastronomia. A farofa, quibebe, melancia, banana e coco vieram da África para compor a mesa do brasileiro. Dos negros herdamos o consumo de legumes e tubérculos, como o inhame, cará, mangarito, quiabo e jiló.

O Paraná, em sua grande parte, foi colonizado pelos europeus e foram eles os responsáveis pela definição da nossa culinária. Aos portugueses devemos a vasta doçaria que trouxeram, à base ovos, além de pratos como guisado, assados, refogados, picadinhos, frangos e sopas.

Os italianos exercem, até hoje, grande influência na culinária de nosso estado. Devemos a eles o consumo de vinhos, massas, polenta, risoto, queijos, frios, embutidos, molho de tomate, pizzas, pães e sorvetes.

Com sua língua complicada, a culinária ucraniana também deixou aqui sua marca.

“[...]pratos como o borscht, holuletsi (folha de repolho recheada com carne moída e arroz), o peroghe que é uma massa em formato de pasteis cozida e recheada, a kactchka (pato com maçãs), kutia (doce a base de sementes de papoula e mel, uzvar (compota de frutas secas, além do uso de cereais, trigo o grão que era usado em varias receitas, o centeio que usa-se para a broa e o pão, legumes, tubérculos e arbustos, repolhos, beterraba, batatas e (krin) raiz amarga.” (GIMENES E., p. 05)

Aos alemães devemos o consumo de carne suína e carne de pato, de embutidos, linguiças, salsichas, chucrute, além do preparo artesanal de cervejas, geleias e compotas de frutas.

A culinária árabe também tem seu destaque. Desse povo herdamos o consumo de coalhada, “pão sírio”, berinjela, abobrinha recheada, alcachofras, lentilhas, arroz doce, compota de damasco entre outras iguarias.

A gastronomia japonesa conseguiu sua maior representatividade nos dias atuais. Com uma culinária baseada em alimentos crus, principalmente os peixes. Ela enche os olhos com seus pratos frios e quentes. Ao peixe, juntam-se o nabo, cenoura, arroz, manga, kiwi, shoyu e o sake.

Apesar de toda essa gama de influências gastronômicas, o Paraná apresenta pratos típicos que surgiram de acordo com a necessidade de cada parte do estado, respeitando os diferentes paladares de cada localidade e a facilidade em encontrar os ingredientes.

Atualmente, esses pratos têm influência direta no turismo local. São oferecidos em datas religiosas, festas comemorativas e feriados, tornando-se, dessa forma, um grande atrativo para turistas de várias regiões do País.

Segundo o site de Turismo do Estado do Paraná, de acordo com o estudo da Travel Industry of America “The Profile of Culinary Travelers”, 85% dos turistas de gastronomia têm interesse em conhecer a cultura e a culinária locais, e 66% querem experimentar a cozinha e os vinhos regionais. Além disso, 70% gostam de levar de lembrança produtos e receitas de lugares que visitaram para compartilhar com amigos e família. (Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná.)

Dessa forma, a gastronomia, por si só, já se tornou um produto turístico, sendo também considerado um elemento cultural. (SCHLÜTER, 2003, p. 71).

O IBGE constata que o Paraná é composto por 399 cidades. E a grande maioria dessas cidades apresentam pratos típicos e realizam feiras e eventos

gastronômicos, atraindo turistas para as cidades e incentivando o turismo gastronômico.

O turismo gastronômico, entre outros, pode também estar incluído no âmbito do Turismo Cultural, desde que preservados os princípios da tipicidade e identidade. Dos benefícios proporcionados por esse segmento de turismo e suas diversas derivações, destacam-se: a valorização da identidade cultural, o resgate e a dinamização da cultura, a preservação do patrimônio histórico e cultural e o intercâmbio cultural, como um fator de promoção da paz entre os povos a partir do conhecimento, da compreensão e do respeito à diversidade. (Secretaria Nacional de Políticas de Turismo).

O turismo gastronômico visa enaltecer a culinária regional, cultivando os valores e a identidade de cada cultura.

O fenômeno da globalização, não só econômica como cultural, tem levado as comunidades à recuperação e valorização do seu legado cultural, à busca de valores locais e de elementos de identificação na história e nas tradições, reforçando sua identidade numa perspectiva global. Neste aspecto, na atividade turística, as manifestações culturais das grandes cidades ou de pequenas comunidades apresentam um potencial de diferencial turístico. (RISCHBIETER; DREHER, 2007, p.1).

Segundo Barczsz e Amaral (2010, p. 80) o turismo gastronômico se entende por:

O turismo gastronômico está ligado ao prazer e à sensação de experimentar e saborear o novo. Há localidades que aproveitam os seus melhores atrativos turísticos para estarem divulgando a sua gastronomia local. A gastronomia não se resume apenas em comer e saciar a fome, mais sim em conhecer a gastronomia, cultura e os artesanatos da localidade. Algumas cidades criam festas gastronômicas para atrair mais turistas, onde irão conhecer a comida da região. Alguns dos pratos tradicionalmente típicos do Paraná, são apresentados e conhecidos por meio de eventos gastronômicos.

Swarbrooke (2000) propõe uma aproximação maior entre o turista e os produtos regionais de alimentos, por meio de eventos, rotas de vinhos (enoturismo), fábricas e produtores rurais de alimentos típicos. (John Swarbrooke, 2000 apud Rafael C. Ferro, 2003).

Alguns dos pratos tradicionalmente típicos do Paraná, são apresentados e conhecidos por meio de eventos gastronômicos, amplamente ligado ao turismo.

Para Segala (2003) o turismo gastronômico está ligado à sensação e ao prazer de conhecer e saborear algo novo quando se viaja. Algumas regiões para se promover mais no turismo lançam roteiros gastronômicos para que os turistas possam estar viajando, conhecendo a cultura, a história e tradições em volta da comida.

2.6 O PINHÃO

Fruto da Araucária, árvore de destacada importância cultural, econômica e ambiental da Região Sul. O pinhão pode ser preparado assado ou cozido e também acrescentado em sopas, doces e outros pratos. É um alimento tradicional das Festas Juninas.

2.7 O BARREADO

Prato típico do litoral paranaense, foi trazido pelos portugueses que lá se fixaram na época da colonização. Consiste em carne bovina cozida até desmanchar. O segredo na preparação é o tempo de cozimento na panela de barro. O Barreado é um prato tradicional de Morretes, Antonina e Paranaguá, frequentemente servido em festas religiosas que reúnem grande número de turistas para apreciá-lo.

2.8 O CARNEIRO NO BURACO

A carne de carneiro é assada em buracos no chão, em cima de brasas. A tradição dos vaqueiros continua até hoje em Campo Mourão, onde há a Festa do Carneiro no Buraco, que atrai pessoas de vários locais que apreciam a carne.

2.9 O PORCO NO ROLETE

Assar um animal no espeto é um costume histórico. Em Toledo – PR, um motor elétrico gira dezenas de porcos sobre brasas, durante a Festa Nacional do Porco no Rolete, que acontece anualmente no mês de setembro. O porco no rolete já se tornou um prato típico brasileiro.

2.10 BOI NO ROLETE

A Festa Nacional do Boi no Rolete foi instituída na cidade de Marechal Cândido Rondon - PR. Todo o ano, na ocasião das festividades de aniversário, são assados o número de bois conforme a idade do município.

A palavra turismo sempre nos remete a lugares históricos, com monumentos majestosos e paisagem exuberantes. Mas não podemos esquecer que as culturas de um lugar, como as festas, danças e gastronomia, também constituem um aspecto turístico. Não há como separar costumes e tradições do local onde eles estão inseridos. São as identidades daquele povo.

A gastronomia muitas vezes não é por si só motivação para um deslocamento turístico, mas, se inseridos em um contexto atrativo para o turista, certamente trará benefícios econômicos e sociais para a região.

A gastronomia tem papel fundamental no turismo, sendo um elemento principal ou secundário, mas sempre presente no contexto turístico. Tem essa capacidade de inserção por se tratar de patrimônio cultural, que em princípio valoriza a identidade do destino escolhido e a experiência turística, principalmente no turismo cultural. (FERRO, 2013, p.53.).

De acordo com Barczsz e Amaral (2010, p.81) no Brasil, existem inúmeras festas gastronômicas e típicas. Pelas inúmeras variedades de alimentos que existe, a gastronomia ficou mais enriquecida, contendo diversas frutas, tubérculos, especiarias, sementes e diversos tipos de animais. Cada estado brasileiro mantém as suas tradições na gastronomia, fazendo eventos para evidenciar a gastronomia local e assim valorizando a cultura deixada pelos antepassados

No Paraná, há mais de 90 eventos gastronômicos oficiais de acordo com a Secretaria do Esporte e do Turismo, em diversas cidades. A valorização, a divulgação, a informação e o incentivo desses eventos beneficiam a região e o seu povo, trazendo oportunidades de emprego e melhoria de vida. Também possibilita a criação de novos e a melhoria dos já existentes eventos, rotas e festivais gastronômicos.

3 SERIALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

3.1 DE GUTENBERG À PRODUÇÃO EM SÉRIE

O processo de produção jornalística passou por inúmeros momentos desde a invenção da máquina tipográfica do alemão Johannes Gutemberg na segunda metade do século XV. Chamada de “imprensa”, a máquina permitiu a impressão de textos que, até então, eram manuscritos.

Engenhosa, a invenção deu o pontapé inicial na produção de textos em maior escala, possibilitando que um maior número de pessoas passaria a ter acesso às publicações. Forjadas em cobre, as letras eram alocadas em uma chapa de chumbo, recebiam as tintas e finalmente prensadas no papel. No Brasil, a produção era proibida até a vinda da Família Real em 1808, mas com a criação da Imprensa Régia e posteriormente com a Independência do Brasil, vários veículos surgiram em todo território nacional. Sobre o período após a legalização da tipografia em solo brasileiro, Aníbal Bragança e Márcia Abreu (2010, p. 42 – 45) revelam que a criação da Imprensa Régia permitiu o nascimento de jornais e aceleraram a publicação de livros.

A produção de conteúdo no século XX passou por inúmeras transformações, neste período, o rádio, a revista e principalmente a televisão, disputaram a preferência dos brasileiros. Entretanto, nenhum meio de comunicação conseguiu o mesmo que a internet tem feito desde os anos 90.

O espaço virtual é um ambiente em que as mídias podem interagir das mais variadas formas e sobre o assunto, Henry Jenkins (2006) aponta que os meios de comunicação adquiriram um caráter universal, no entanto, a convergência ocorre também nos consumidores e nas relações interpessoais.

“Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos

aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência . Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais “sérios”. Neste livro, exploro como a produção coletiva de significados, na cultura popular, está começando a mudar o funcionamento das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar”. (JENKINS, 2006, p. 30)

Com o surgimento do chamado ciberespaço, Pierre Lévy (1997, p.44) revela que universo digital é um ambiente importante não apenas por globalizar a informação, mas porque fomenta a interação entre usuários de todo o mundo.

Tido com um dos maiores estudiosos sobre a produção de conteúdo, Lévy define o ciberespaço:

“É um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso” (LÉVY, 1997, p.92)

Há quase 20 anos, Lévy previu que passaríamos pela chamada globalização da informação e que os meios de comunicação precisariam se adaptar para poder acompanhar tais avanços. Em um mundo cada vez mais globalizado, os maiores beneficiados são os receptores que, por meio da internet, têm contato com uma gama de novos signos e uma extensa variedade de produtos e serviços que podem ser transmitidos de inúmeras formas (texto, vídeo, som e fotografias).

A globalização tem sido objeto de estudo de inúmeros teóricos, dentre eles, destaca-se o sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Segundo o sociólogo (2004, p.47) o fenômeno permitiu que os espaços geográficos desaparecessem, da mesma forma como na chamada “modernidade líquida”, tudo passa a ser volátil e as relações humanas tornam-se intangíveis. Na medida em que a sociedade fica cada vez mais volátil, aumenta também a necessidade de consumo.

Após a Primeira Parte da Revolução Industrial (1780 – 1830), a cultura assumiu um caráter massivo, Bauman aponta que este período possibilitou que as mercadorias se tornassem acessíveis para uma parcela da sociedade que até então não tinha condições, o que permitiu uma verdadeira revolução no campo social, e conseqüentemente criando mecanismos para que a criação de novas tecnologias

tornasse ainda mais rápida a fim de atrair o maior número de consumidores possíveis.

O consumo desenfreado permitiu também a diversificação dos produtos, uma vez em que o mercado precisava atingir os mais diferentes públicos. Na comunicação, por exemplo, surgiram veículos de comunicação com espaços voltados a um gosto específico.

Sobre as novas tecnologias midiáticas e a produção de conteúdo, Jenkins afirma que não havia muito interesse por parte dos meios de comunicação em se relacionar com outras plataformas, no entanto

diversas forças, contudo, começaram a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção. Pool estava descrevendo o que Nicholas Negroponte chama de transformação de “átomos em bytes”, ou digitalização. Ao mesmo tempo, novos padrões de propriedade cruzada de meios de comunicação, que surgiram em meados da década de 1980, durante o que agora podemos enxergar como a primeira fase de um longo processo de concentração desses meios estava tornando mais desejável às empresas distribuir conteúdos através de vários canais, em vez de um único suporte midiático. A digitalização estabeleceu as condições para a convergência; os conglomerados corporativos criaram seu imperativo. (JENKINS, 2009, p.38)

Maria Celeste Mira (2003, p. 214) corrobora com Bauman ao afirmar que o processo de segmentação tem relação com a globalização, tal como à fluidez do mundo pós-moderno. No Brasil, meios de comunicação vêm apostando na variedade de conteúdo com o objetivo de atrair novos nichos de mercado mas que possuam potenciais de consumo.

3.2 SEGMENTAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Em uma sociedade cada vez mais consumista, o mercado passa a oferecer uma gama de produtos para atrair os mais diversos gostos e com os meios de comunicação não poderia ser diferente.

Hannah Arendt (1972, p. 277) acreditava que era mais interessante para os meios de comunicação falar particularmente com o receptor a fim de denotar o

caráter de individualidade, tal como a compreensão de que cada pessoa tem o seu modo de agir e se comunicar, pois

da perspectiva dessa experiência comum, é como se o gosto não apenas decidisse como deve o mundo parecer, mas, outrossim, quem pertence a uma mesma classe de pessoas. Se pensamos nessa acepção de pertinência em termos políticos, somos tentados a enxergar no gosto essencialmente um princípio aristocrático de organização. Sua importância política, contudo, é talvez de maior alcance e ao mesmo tempo mais profunda. Sempre que os indivíduos julgam as coisas do mundo que lhes são comuns. (ARENDRT, 1972, p.278)

Com base nisso, nota-se que Arendt constatou que as pessoas se interessavam por coisas que tinham haver com o próprio cotidiano, segmentando a informação de acordo com a classe social, sexo, etc.

Edgar Morin (1984, p.35) aborda a segmentação da informação como uma das características da Indústria Cultural, uma vez que a busca pelo lucro tem como sua própria lógica o máximo consumo, ou seja, atingir o maior número de consumidores.

Morin define o século XX como um marco da segmentação e também de que as diferenças entre cada indivíduo culminaram na estratificação da informação, tal como é descrito com

As barreiras das classes sociais, das idades, do nível de educação delimitavam as zonas respectivas de cultura. A imprensa de opinião se diferenciava grandemente da imprensa de informação, a imprensa burguesa da imprensa popular, a imprensa séria da imprensa fácil. A literatura popular era solidamente estruturada segundo os modelos melodramáticos ou rocambolésicos. A literatura infantil era rosa ou verde, romances para crianças quietas ou para imaginações viajantes. O cinema nascente era um espetáculo estrangeiro. Essas barreiras não estão abolidas. Novas estratificações foram formadas: uma imprensa feminina e uma imprensa infantil se desenvolvem depois de 50 anos e criam para si públicos específicos. (MORIN, 1984, p.37)

A indústria passou a produzir constantemente produtos para diferentes públicos de forma que fossem especificados de acordo com a preferência de cada consumidor.

3.3 JORNAIS, REVISTAS E TELEVISÃO

A partir da década de 60, as reportagens passaram a ser distribuídas de acordo com os seus respectivos assuntos, os quais eram abordados por especialistas da área. Assim, as matérias teriam abordagens diferentes e seriam encontradas em espaços específicos, como economia, segurança, esportes, cidade, etc.

Elias Lustosa (1996, p.113) conta que o objetivo de fragmentar o jornal em diversos assuntos era o de fazer com que o leitor soubesse encontrar o que lhe interessa o que também impor um discurso ou até mesmo uma decodificação específica para cada editoria.

A linguagem também é uma forma de segmentar o público, uma vez que o jornalista deve escrever uma matéria de uma maneira que o leitor decodifique a mensagem sem apresentar ruídos.

Sobre a produção de textos jornalísticos e sobre a forma como a reportagem é produzida, o jornalista Elias Lustosa comenta que:

A produção do texto da notícia tende a respeitar um certo padrão do discurso, uma forma que assegure sua decodificação por pessoas de diferentes repertórios ou culturas, além de oferecer um temático que desperte interesse a pessoas em áreas bastante diversas. É evidente que a mensagem da notícia somente será assimilável por públicos que utilizem o mesmo código de comunicação. Entretanto, apesar da tendência de uniformização do discurso e da forma do texto da notícia, ela assume características específicas em cada editoria (LUSTOSA, 1996, p. 170)

Com início no século XX, a produção de revistas no Brasil teve como referências as revistas européias, sobretudo as francesas. Nesta época as revistas possuíam reportagens com características românticas, publicando contos e poesias. Após o Golpe Militar de 1964 o jornalismo brasileiro passou por mudanças drásticas, sobretudo na forma como a informação era transmitida.

A censura da ditadura proporcionou que entrasse em circulação revistas voltadas a política, como foi o caso da Realidade, uma produção cujas reportagens abordavam temas relacionados às questões sexuais, políticas, problemas sociais, etc. No mesmo período, outro segmento que se disseminou foram os produtos voltados ao público feminino, em especial, às adolescentes, com o surgimento das

revistas Capricho e Carícia. Em agosto de 1960 surgia também a revista Quatro Rodas, voltada aos amantes de automobilismo.

Até os anos 90 era de praxe a família toda se reunir em frente a televisão e assistir ao telejornal, novelas, seriados, etc. Entretanto, essa prática tem ficado um tanto quanto ultrapassada e um dos agente que propiciaram que fato ocorresse foi a massificação da televisão a cabo.

O jornalista e professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Valério Cruz Brittos, comenta sobre a segmentação na televisão a cabo no artigo “TV a cabo, a dispersão da audiência”, publicado no portal Biblioteca Online de Ciências da Comunicação:

A individualização da recepção de televisão é proporcionada pela variedade de canais oferecidos pelo sistema de TV a cabo, responsável pela segmentação do consumo e, desta forma, pela dissolução do modelo massivo de comunicação. Isso provoca ainda conseqüências na sociabilidade, com redução das possibilidades de convivência social, já que até então era comum assistir TV com os familiares e, apesar de com menos intensidade, até com amigos. (BRITTOS, 1999)

Bauman (2004, p. 17) alertava sobre a individualização da sociedade, tal como o desgaste dos laços familiares. Como é grande a variedade de canais ofertados na televisão a cabo, as pessoas tendem a assistirem individualmente ou em pequenos grupos, de modo que haja dispersão da audiência.

Com base nisso, Valério Cruz Brittos, fez uma pesquisa qualitativa com aproximadamente seis famílias, revelando, assim, que a difusão da televisão a cabo provocou a dissolução do modelo massivo, uma vez que o receptor escolhe aquilo que ele quer assistir. Sobre o processo de globalização cultural, o professor afirma que as novas tecnologias

[...] estão provocando a dissolução do modelo massivo de comunicação, sustentado na produção e distribuição de bens simbólicos para consumo do conjunto da sociedade. Se os integrantes da amostra não assistem mais televisão em grupo, é porque cada um procura e obtém junto ao sistema de cabo produtos culturais distintos, contrariamente ao modelo massivo próprio da TV convencional. (BRITTOS, 1999)

Entretanto, Luiz Guilherme Duarte (1996, p.179) destaca que a diferenciação entre um telespectador a outro o impossibilita de ser tratado como “massa única”, mas “homogêneos o suficiente para serem tratados como massa única”. Isso explica

que atualmente há uma preocupação com o que o telespectador quer assistir. Da mesma forma como tem ocorrido em outras plataformas, sobretudo a internet.

3.4 A SEGMENTAÇÃO NO ESPAÇO VIRTUAL

Diferente dos demais meios de comunicação, a internet surgiu em um cenário já segmentado. Além disso, a criação do ciberespaço possibilitou que o receptor fosse também o emissor da mensagem, podendo produzir conteúdo audiovisual, sonoro, fotográfico e textual.

Segundo dados divulgados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em outubro de 2014, a proporção de internautas no Brasil é de 50,1%, totalizando aproximadamente 86,7 milhões de pessoas com acesso à internet. No Sul do Brasil, o crescimento entre os anos de 2012 e 2013 foi de 14,7% e no estado do Paraná o número de pessoas conectadas à rede mundial de computadores atingiu a marca de 54,4%.

Da mesma forma como os índices de usuários tem aumentado, a produção de conteúdo virtual tem seguido o mesmo ritmo e cada vez mais a população tem acesso a informação de uma maneira rápida e eficaz. Pensando nisso, veículos de comunicação vêm investindo em conteúdo web e desenvolvendo mecanismos a fim de reter e atrair o público.

Ilimitada, a interação entre receptor e emissor no espaço virtual segue um caminho oposto ao da televisão. Sendo assim, a produção de conteúdo na web assume um caráter colaborativo.

Manuel Castells (2007, p. 211) dividiu a cultura da internet em quatro camadas: tecnomeritocrática, a hacker, a comunitária e a empresarial, para o autor

[...] essas camadas culturais estão hierarquicamente dispostas: a cultura tecnomeritocrática especifica-se com uma cultura hacker ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para projetos tecnológicos. A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da Internet um meio de interação social seletiva e de integração simbólica. A cultura empresarial trabalha, ao lado da cultura hacker e da cultura comunitária, para difundir práticas da Internet em todos os domínios da sociedade como meio de ganhar dinheiro. Sem a cultura tecnomeritocrática, os hackers não passariam de uma comunidade contra cultural específica de geeks e nerds. Sem a cultura hacker, as redes comunitárias na Internet não se distinguiriam de muitas outras comunidades alternativas.

Em entrevista concedida ao web-programa do portal Observatório da Imprensa, o roteirista e criador do canal web Porta dos Fundos, Fábio Porchat, revela que pretende tratar a mídia digital como uma plataforma para se trabalhar e não como um trampolim para a televisão. Jenkins corrobora com Porchat ao afirmar que o crescimento do número de internautas possibilitará que outras plataformas migrem para a internet, pois a web tornou-se uma ferramenta importante e promissora.

3.5 O AUDIOVISUAL NA ERA DIGITAL

Com a evolução da tecnologia e o acesso cada vez maior das pessoas à internet, a forma como consumimos conteúdo e informação evolui a cada ano. Produtos audiovisuais que dependiam da televisão ou do cinema para serem transmitidos agora podem ser pesquisados e encontrados nos celulares, tablets e nas telas dos computadores.

O audiovisual pode ser definido como todo produto que une o som e imagem em movimento; como programas de televisão, videoclipes, vídeos caseiros e animações. O termo audiovisual tende a levar o foco apenas ao visual (vídeo e imagem) e deixar o áudio em segundo plano, mas o componente sonoro não se restringe apenas como suporte do vídeo e sim um conjunto que forma o produto como um todo (SANTINI, CALVI, 2013).

A história do audiovisual começou a mais de cem anos com as primeiras imagens registradas pelos irmãos Lumière, que gravaram a chegada de um trem a uma estação na França do século XIX. Para Duarte e Castro (2006, p.238), “o cinema, desde o seu início, teve um forte papel de registro documental. As primeiras imagens dos irmãos Lumière são, ainda hoje, uma porta de entrada para uma época passada, mas que revive cada vez que olhamos”, e concluem com a importância do audiovisual, como registro da sociedade:

Passados mais de cem anos, quem assiste àquelas cenas tão simples, feitas com a câmera parada, apenas registrando o vai-e-vem das pessoas que paravam o trem, espanta-se não com o invento em si, tornando parte do cotidiano dos séculos seguintes. Hoje, o que nos encanta mais do que nos espanta é ver renascido na tela um pedacinho do século XIX. Aquelas imagens são nossa janela para um mundo temporalmente extinto, mas que a cada projeção novamente torna-se pulsante, vivo. (DUARTE; CASTRO (orgs.) (2006, p 239).

Mas foi com a invenção da televisão que a produção de conteúdo audiovisual se tornou global e o principal veículo de massa do século XX. Nos mais de sessenta anos de história, a televisão acumulou um grande repertório de obras criativas, maior do que qualquer um pode imaginar. Um repertório denso e amplo, que guarda o registro de gerações. A TV pode ser incluída sem esforços como um dos fenômenos culturais mais importantes do nosso tempo. (Machado, 2001)

Entretanto, o papel da televisão como detentora única da informação e conteúdo se modificou com a popularização da internet nos anos 2000 e mais recentemente com a chegada de novas plataformas virtuais de acesso. A televisão, como veículo de massa, contribui para um perfil de telespectador que não varia, já que impõem um repertório fixo a um público muito amplo, transmitidos massivamente. Os espectadores veem os mesmos programas ao mesmo tempo (SANTINI, CALVI, 2013). Com as novas plataformas online, esse perfil passivo de consumo de conteúdo audiovisual muda de figura e deixa na mão do telespectador ou internauta o poder e o controle do que quer assistir, quando assistir e na plataforma que desejar.

Segundo Santini e Calvini (2013, p.175):

Ainda que os canais de televisão promovam um certo grau de mistura de gêneros audiovisuais no nível da oferta, fator que impacta na configuração da demanda, suas condições técnicas, econômicas, a lógica de programação e modelo de negócio tendem a nivelar os hábitos culturais em torno de um repertório audiovisual restrito e repetitivo”.

Para Anderson (2006 apud RIBEIRO,2007, p.73) está surgindo um maior número de produtores de conteúdo, com a democratização das ferramentas de produção, pois a economia digital está gerando novos mercados. A exploração desse mercado pode proporcionar a milhões de consumidores uma forma de encontrar o que lhes é mais adequado e assim fomentar o surgimento de novas recomendações e métodos de marketing que atuam como novos formadores de preferências.

A evolução tecnológica impactou diretamente o modelo de negócios da TV aberta convencional, com os hábitos da “geração virtual”, que passou a consumir conteúdo em novas plataformas. Esses novos hábitos do consumidor de conteúdo são vistos como uma oportunidade de novos negócios. “Está cada vez mais claro que o modelo de negócios da TV aberta, baseado quase que exclusivamente na publicidade e na comercialização do espaço publicitário baseado em estatísticas de audiência, não irá ficar incólume às mudanças que a geração digital está impondo” (FILHO; FERREIRA, p.148), assim tais mudanças deixam claro o novo perfil do consumidor de produções audiovisuais.

Segundo dados apresentados no Congresso da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão, em setembro de 2012, o número de usuários com acesso

à internet vai chegar a 98 milhões em 2016 e a velocidade média da internet banda larga vai chegar a 13,6 Mb. Esse panorama de acesso tende a confirmar a demanda por vídeos online, já que mais de 50% do tráfego mundial online é composto por vídeos. Os dados apresentados no congresso também mostram que o interesse do brasileiro por conteúdo audiovisual na internet não se restringe apenas aos jovens, já que 98% deles, entre as idades de 18 a 29 anos, afirmam consumir vídeos online. Para os usuários com idades entre 40 a 59 anos, 82% afirmam consumir vídeos online (FLEURY, 2012 apud MACHADO; FERREIRA, 2012). Com esses dados pode-se comprovar que o consumo de conteúdos audiovisuais na internet está em expansão e atinge praticamente todas as idades.

3.6 PLATAFORMAS DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS NA INTERNET

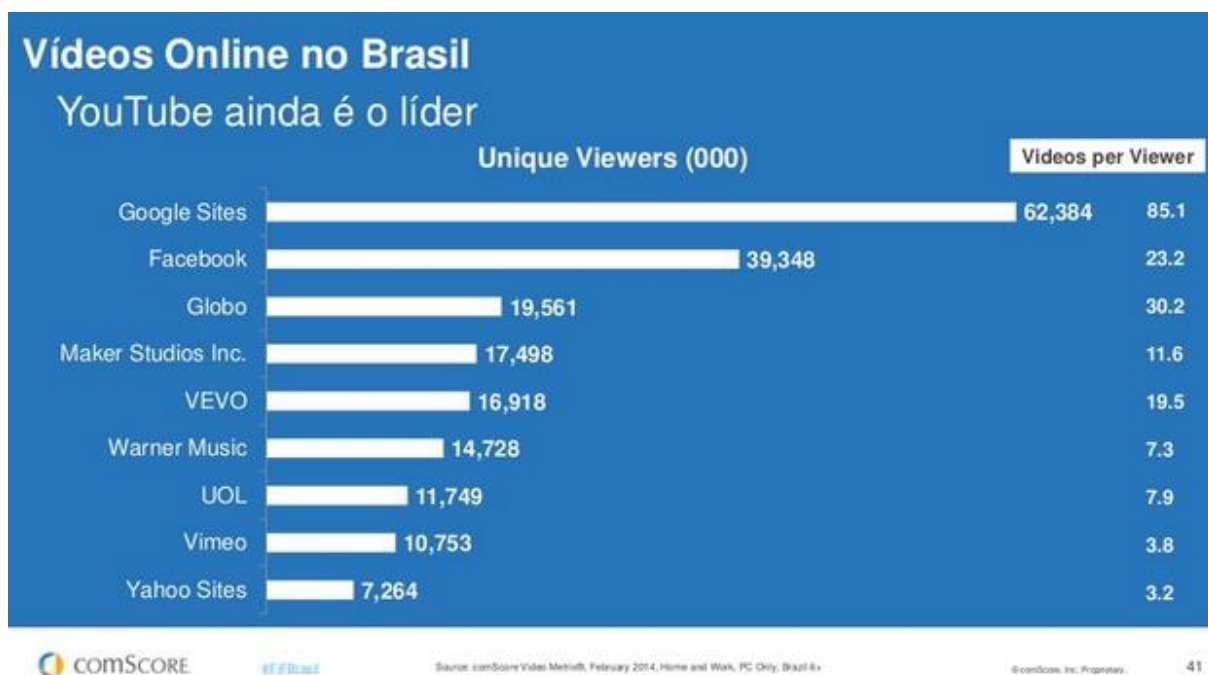
As plataformas e sistemas de difusão de conteúdo audiovisual online são diversas e já muito populares entre os usuários e podem ser definidas da seguinte forma, segundo (SANTINI; CALVI, 2013):

- 1) conteúdos em vídeo oriundos da televisão ou produzidos para internet, pagos ou gratuitos que podem ser visualizados por computadores, tablets e celulares com acesso à internet (internet vídeo to PC/ mobile: streaming)
- 2) intercâmbio nas redes P2P e portais de enlaces (file sharing: download)
- 3) conteúdos audiovisuais originais produzidos para televisão ou para web, gratuitos ou pagos, que podem ser visualizados na TV (internet video to TV)
- 4) jogos online com redes de usuários abertas ou fechadas (Internet gaming)
- 5) conteúdo distribuído via redes sociais (social networks)
- 6) Conteúdos audiovisuais compartilhados via e-mail
- 7) comunicação em vídeo que pode incluir chamadas com celular, webcams e chats (internet vídeo communications)
- 8) transmissão de vídeo através da web em ambientes fechados e abertos, que pode ser definido como (ambiente vídeo)

A plataforma mais conhecida e com maior número de acessos no Brasil é o Youtube, que já possui mais de um bilhão de usuários e tem um crescimento anual de acessos em 50%. Todos os dias são enviadas mais de 300 horas de vídeo a cada minuto dos mais de 75 países em que a plataforma está disponível.

Segundo a pesquisa divulgada pela ComScore em 2014, sobre o comportamento e os hábitos do brasileiro no consumo de vídeos online, o Youtube, que pertence ao Google, é líder de acessos entre as plataformas existentes no Brasil.

FIGURA 2 – PESQUISA DA COMSCORE 2014 QUE APONTA O YOUTUBE COMO LÍDER NO MERCADO BRASILEIRO



FONTE: [HTTP://PT.SLIDESHARE.NET/JACQUELINEE/2014-BRAZIL-DIGITALFUTUREINFOCUSPT](http://pt.slideshare.net/jacquelinee/2014-brazil-digitalfutureinfoCUSPT)

Entre os aplicativos para celular, o *Youtube* aparece em terceiro lugar, no ranking divulgado em 2014 pela empresa de pesquisa digital *Nielsen*. A plataforma de *streaming* só perde em número de downloads para os aplicativos do *facebook* e do *google search*.

FIGURA 2 – RANKING ANUAL DOS APLICATIVOS COM MAIOR NÚMERO DE DOWNLOADS

TOP SMARTPHONE APPS OF 2014

Rank	App	Avg Unique Users	YoY % Change
1	Facebook	118,023,000	15
2	Google Search	90,745,000	14
3	YouTube	88,342,000	26
4	Google Play	84,968,000	11
5	Google Maps	79,034,000	26
6	Gmail	72,405,000	8
7	Facebook Messenger	53,713,000	242
8	Google+	48,385,000	78
9	Instagram	43,944,000	34
10	Music (iTunes Radio/iCloud)	42,546,000	69

Source: Nielsen. Note: The list is ranked on average unique audience, which is the average of January 2014-October 2014. The year-over-year percent change represents the unique audience of October 2014 compared to the unique audience of October 2013.

FONTE: [HTTP://WWW.NIELSEN.COM/US/EN/INSIGHTS/NEWS/2014/TOPS-OF-2014-DIGITAL.HTML](http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/tops-of-2014-digital.html)

4 ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

Antes de propor uma produção audiovisual para a internet, focada no turismo e na gastronomia no Paraná, é necessário fazer uma análise das produções audiovisuais com a mesma temática para a TV aberta e TV por assinatura, já que não foram encontradas produções com a mesma temática feitas exclusivamente para a internet. Os objetivos da análise são: avaliar como outros programas tratam do tema turismo e gastronomia, conhecer os gêneros e formatos, entender a periodicidade e o público-alvo das produções.



Anota Aí – Os 10 mais

O programa é veiculado no canal por assinatura Multi Show, às segundas-feiras às 22h, e tem a proposta de apresentar de forma inusitada, em cada episódio, 10 dicas fora do comum sobre gastronomia e turismo. Durante a viagem de 40 dias ao redor do mundo, feita pela apresentadora Titi Müller, o telespectador pode conhecer por exemplo; “10 comidas de rua para matar a fome sem perder tempo”,

“10 pizzas de encher a barriga” ou “10 hotéis que já são uma viagem”. Cada episódio apresenta as diversas experiências da apresentadora em vários países e não se restringe a um país por episódio. A linguagem do programa é focada em um público jovem. A apresentadora prova da gastronomia local e conhece os pontos turísticos de forma cômica e participativa. A primeira temporada tem 14 episódios de 23 minutos em média. O gênero é entretenimento. Os episódios estão disponíveis na íntegra no site do programa < <http://multishow.globo.com/programas/anota-ai/> >, mas dependem de uma assinatura paga para serem acessados.



Lugar Incomum

O programa é veiculado no canal pago Multi Show às segundas-feiras às 21h30. Está na 13ª temporada que varia de 10 a 16 episódios de 20 minutos em média. O programa tem uma apresentadora, Didi Wagner, que mostra ao telespectador, de forma participativa, em suas viagens ao redor do mundo a gastronomia e o turismo pouco conhecidos pelos turistas. Assim surgiu o nome do

programa. A linguagem da produção é informal, mas focada em um público acima dos 30 anos. O gênero é classificado como entretenimento. Nos episódios da 13ª e atual temporada o telespectador é levado a conhecer algumas cidades da Suíça e da Tailândia. Os episódios estão disponíveis na íntegra no site do programa < <http://multishow.globo.com/programas/lugar-incomum/> >, mas só podem ser acessados com uma assinatura paga.



50 por 1

Originalmente o programa foi produzido para ser transmitido na emissora Rede Record, mas atualmente está disponível na internet através do Portal R7 da Rede Record. O programa tem um apresentador, Álvaro Garneri, que viaja para diversas regiões do mundo para conhecer o turismo e provar da gastronomia de luxo. A produção está na sexta temporada e cada episódio tem em média de 35 a 45 minutos e está focada em um único tema; as águas do Brasil. A linguagem do

programa é informal e o público-alvo são pessoas acima dos 30 anos. O gênero pode ser classificado como entretenimento. Os episódios estão disponíveis na íntegra no site do programa <<http://www.50por1.com.br/>> e podem ser acessados de forma gratuita.



Meu Paraná

O programa é veiculado uma vez por semana, aos sábados, pela emissora RPC TV, afiliada da Rede Globo de Televisão, no Paraná. A produção tem um âncora apresentador em estúdio que apresenta as matérias produzidas de acordo com o tema de cada episódio. O programa mostra as peculiaridades do turismo e da gastronomia do estado do Paraná de forma simples e direcionada para um público-alvo acima dos 30 anos. O gênero pode ser classificado como informação. Os episódios tem em média 15 minutos e estão disponíveis no site do programa <<http://redeglobo.globo.com/rpctv/meuparana/>> e podem ser acessados gratuitamente.



Receita de Viagem

O programa é uma série documental de 20 episódios com aproximadamente 25 minutos cada. É apresentado pela chefe de cozinha Bel Coelho. Na série a apresentadora viaja por todas as regiões do Brasil para conhecer a cultura brasileira através da culinária. A chefe prepara receitas e descobre o turismo de forma participativa. A produção é veiculada no canal pago TLC e não está disponível na internet. O gênero pode ser classificado como entretenimento.

5 ROTA PARANÁ

5.1 O PROGRAMA

A proposta do “Rota Paraná” surgiu devido à falta de um produto audiovisual que aborde o turismo e a gastronomia no estado do Paraná, que seja produzido exclusivamente para a internet em uma plataforma de streaming muito popular, o youtube.

O nome do programa foi criado para incentivar o espectador a conhecer as rotas e caminhos pouco explorados no estado. A missão do programa é levar ao espectador o que há de melhor no turismo e na gastronomia, através da história e da cultura das regiões.

O produto conta com um apresentador, que de forma participativa, vai viajar com a equipe pelo estado para conhecer receitas e pontos turísticos. A forma participativa do apresentador prevê que ele aprenda as receitas, cozinhe e conte suas origens históricas ao público com uma linguagem simples e descomplicada, com o intuito de entreter. No turismo o apresentador vai conhecer os pontos turísticos, participar de aventuras radicais e relatar a sua participação ao público.

O “Rota Paraná” é um produto exclusivo para a internet e para o formato se adequar a plataforma, a primeira temporada tem 8 episódios que serão divididos em dois vídeos que variam de 5 a 10 minutos de duração. Cada vídeo será postado no canal no youtube “Rota Paraná” uma vez por semana às quintas-feiras às 18h, durante 16 semanas.

O gênero do programa pode ser classificado como entretenimento. O público-alvo são pessoas na faixa etária de 25 a 50 anos.

5.2 VIABILIDADE ECONÔMICA E ORÇAMENTO

O custo total, da Produção e da Pós-Produção, para o programa Piloto Rota Paraná, a Festa Nacional do Carneiro no Buraco de Campo Mourão, será de R\$10.360,00.

Por ser um programa de cunho cultural, que divulgará o turismo gastronômico da região, poderão surgir parcerias com hotéis, restaurantes e outros estabelecimentos que reduzirão o orçamento da produção, através de cortesias. Como exemplo, estadias em hotéis e as refeições em restaurantes.

A parceria com a prefeitura da cidade é importante para a divulgação dos eventos e dos pontos turísticos da região, informando com credibilidade o evento e toda infraestrutura que o turista pode usufruir.

Como prováveis anunciantes fixos do programa temos agências de viagens que fornecem pacotes de turismo.

Em cada cidade é possível ter anunciantes em potencial do programa, desde supermercados, até lojas de varejo. É possível entrar em contato com os patrocinadores dos eventos gastronômicos de cada cidade para que se tornem anunciantes.

Em Campo Mourão, por exemplo, podemos citar como possíveis anunciantes supermercados, frigoríficos, lojas, a prefeitura da cidade, entre outros.

Os patrocinadores oficiais do evento podem se tornar anunciantes o programa, são eles: Paraná Palace Hotel, Alimentos do Zé, La Tosca Pizzaria, Caixa Econômica Federal, ACICAM, Hotel Santa Maria, Rotary, DetranPR, Banco do Brasil, Copel, Ministério do Turismo, Fecomércio PR, Sanepar, Paraná Turismo, Expresso Nordeste, A. J. Rorato, Sindicato Rural de Campo Mourão, Tintas Modelo, Alimentos Coamo, Câmara de Dirigentes Logistas.

Por tratar de um assunto de conhecimento cultural, uma das opções para a viabilização do programa é a utilização da Lei Federal de Incentivo à Cultura - Lei Rouanet (Lei 8.313/1991). O grupo apresentaria uma proposta ao Ministério da Cultura (MinC), e caso fosse aprovado, o projeto se enquadraria no artigo 18 da Lei Rouanet - produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem – e o patrocinador poderia ressarcir 100% do valor investido no produto, respeitando o limite de 6% para pessoas físicas.

Outra opção para visibilizar os custos gastos com a produção do programa seria com a venda de licença da produção para a prefeitura das cidades, patrocinadores dos eventos e até mesmo agências de viagens. Podendo veicular o programa na internet, em seus sites oficiais ou a de maneira que achar necessário.

Rota Paraná				
Festa Nacional do Carneiro no Buraco Campo Mourão - Paraná				
Produção	Material	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
	Diária Operador de Câmera	1	R\$415,00	R\$ 450,00
	Diária Repórter	1	R\$350,00	R\$ 350,00
	Diária Câmera Cannon 7D	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
	Suporte de Câmera	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
	Cartão de Memória SD	3	R\$ 120,00	R\$ 360,00
	Alimentação	3x dia - 4 Pessoas	R\$ 25,00	R\$ 300,00
	Microfone de Lapela	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
	Hospedagem para 4 pessoas	4 pessoas - Quarto Duplo	R\$ 110,00	R\$ 220,00
	Transporte Ida e Volta - Combustível	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
			TOTAL	R\$ 3.120,00

Pós-produção	Material	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
	Edição	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00

Valor Total	Material	Quantidade	Custo Unitário	Custo Total
	Produção	03 Dias	R\$ 3.120,00	R\$ 9.360,00
	Pós-produção	02 Dias	R\$ 500,00	R\$ 1.000
			Valor Total	R\$ 10.360,00

5.3 CRONOGRAMA DE EPISÓDIOS

O turismo e a gastronomia são duas economias bastante fortes no nosso país, agregadas elas têm um potencial ainda maior. Se antes os turistas procuravam nossas regiões para conhecer nossas belezas naturais, hoje eles procuram também para provar o sabor dos pratos que fazem parte da tradição de cada estado e cidade.

A gastronomia é um atrativo turístico que mexe com o desejo do turista, com o paladar e com o prazer de se alimentar. Muitas cidades no Brasil acabam sendo conhecidas apenas pela gastronomia e pelos produtos consumidos na região. Assim sendo, é muito importante que as cidades estabeleçam seu prato típico ou que criem algo que possa atrair os turistas, pois se tornarão conhecidas pela gastronomia, pela cultura da cidade e terão um aumento na economia. Uma alternativa seria que esses restaurantes, que servem pratos típicos, agreguem em seus serviços mais atrativos para os turistas como shows temáticos ou eventos gastronômicos, para que também possam divulgar a imagem da cidade em nível nacional, tornando assim a experiência mais prazeroso e interessante para o turista, pois eles sempre estão em busca de novidades .

Entretanto, nem só de comida sobrevive esse tipo de turismo, também é importante que a cidade conte com uma infraestrutura completa para receber e acomodar os visitantes com conforto. Além de outros atrativos, como pontos turísticos, diversas opções de passeios e entretenimento.

Pode-se dizer então que o turismo gastronômico é aquele movido pelas iguarias culinárias de determinado local. Geralmente, os turistas viajam para conhecer pratos típicos de diversas regiões do país e do mundo. As cidades em que esse tipo de turismo é mais forte costumam realizar festivais gastronômicos que atraem ainda mais turistas.

5.4 PILOTO

5.4.1 CAMPO MOURÃO – CARNEIRO NO BURACO

Segundo o IBGE (2008), o Paraná é composto por 399 cidades e apenas dois pratos típicos têm destaque no cenário nacional, sendo um deles o Carneiro no Buraco, prato típico de Campo Mourão. A cidade está localizada na região Noroeste do estado do Paraná (a cerca de 477 quilômetros de Curitiba), com 92.300 mil habitantes, as pessoas nascidas na cidade são denominadas mourãoenses.

O município é predominantemente agrícola e seu clima é subtropical úmido mesotérmico, com verões frescos e geadas frequentes. A cidade conta com alguns museus e teatros, mas suas principais atrações turísticas são os parques, a estação ecológica e a catedral, porém as feiras agropecuárias são as responsáveis por levar grande parte dos turistas.

Em 1962 os três amigos Ênio Queiroz, Joaquim Teodoro de Oliveira e Saul Ferreira Caldas, assistiram um filme de faroeste onde vaqueiros preparavam alimentos e carnes em buracos no chão nas brasas. Os índios descobriram que o fogo ajudava na conservação da carne da caça, então cozinhavam dessa maneira, pois prevenia que a mata não pegasse fogo e também não atraia animais. Animados, foram logo tentar preparar uma nova iguaria e a carne de carneiro foi escolhida por ser muito apreciada pelos amigos. Colocaram as frutas, legumes, especiarias e a carne do carneiro em tachos de ferro, as folhas de bananeiras foram colocadas em cima dos alimentos com o intuito de não ressecar. Para lacrar passavam argila em volta da tampa. As primeiras tentativas foram frustradas, ou a fumaça ficava dentro do tacho, ou a carne não ficava cozida ou os tubérculos e frutas também não cozinhavam.

Outros indícios apontam que o prato incorpora costumes de 1580 com a chegada dos jesuítas ao continente sul-americano. Na década de 80 a tradição se espalhou e autoridades e visitantes passaram a ser recepcionados no município sempre com Carneiro no Buraco.

O grupo registrou o Carneiro no Buraco como sendo o prato típico de Campo Mourão, no dia 20/06/91 pela Lei nº731, com a ajuda do prefeito da época. O evento gastronômico é realizado sempre no segundo domingo de julho e tem por objetivo

preservar e divulgar a tradição de seus colonizadores. A cada ano o evento atrai um número maior de público para degustar a iguaria da cidade. A festa acontece no Parque de Exposições Getúlio Ferrari, junto com a Exposição Feira Agropecuária, Comercial e Industrial da cidade, e à frente do evento está a Prefeitura, o Sindicato Rural do Município e a Associação dos Servidores Municipais - Assercam.

O prato tem hoje um alto padrão de qualidade e está entre as comidas típicas mais conhecidas do Paraná, agradando até mesmo os vegetarianos, em razão da grande quantidade de legumes e tubérculos. É também conhecido nacionalmente por ser exótico e por conter misticidade.

O evento gastronômico além de estabelecer integrações sociais, tem por objetivo promover o município em nível nacional. A Festa do Carneiro no Buraco é cheia de simbolismo e cultura. Para a preparação do prato típico da cidade, são praticados rituais para demonstrar de forma simbólica a criação do fogo. O espetáculo se chama “o Guardião do Fogo” que tem por base a Mitologia Grega, retratando o início da criação do mar, do céu, da terra e de todas as coisas. Quase no final da apresentação, quando os guardiões do fogo chegam ao continente americano, o espetáculo retrata a chegada dos pioneiros na região de Campo Mourão. Um dos guardiões passa o fogo para uma pessoa escolhida na qual representa quem criará receita do prato típico. O período é de seis horas para que os primeiros tachos sejam descidos no buraco para ficarem sobre as brasas. Este ritual ajuda na valorização da cultura e da história do município. O evento é também cheio de tipicidades, por ser algo que foi atribuído pela tradição do local em volta do prato típico.

Segundo os organizadores do evento, durante sua realização o parque de exposições recebe mais de 100mil pessoas em seis dias, onde são montados mais de 140 tachos do carneiro. O valor do convite vendido é de R\$15,00 para adultos e para as crianças de oito á doze anos é R\$10,00, a entrada da direito a um prato de porcelana com a logo do evento. É possível notar que os turistas e munícipes são favoráveis à realização da festa do prato típico do município, e que visitam o evento gastronômico por diversas razões: cultura, gastronomia e feira. Pode-se constatar que mais de 55% dos visitantes do evento são famílias vindas de outras cidades e possuem mais de 45. Boa parte dessas pessoas fica sabendo da festa pela TV, pela recomendação de amigos e pelo fato de ser um evento de tradição na região, assim sendo, o marketing da festa é essencial para que a cada ano tenha um público maior

de interessados em degustar o prato. Há também nos dias de festa shows musicais, apresentações culturais, shows automotivos, rodeio, exposições artesanais entre outros.

RECEITA DO CARNEIRO NO BURACO

Ingredientes:

25 kg de carne de carneiro cortado em pedaços pequenos

3 kg de tomate

2 kg de cenoura

3 kg de cebola miúda

½ kg de pimentão

3 kg de batata doce

1 kg de vagem

3 kg de batata salsa

1 kg de maçã miúda

2 ½ kg de chuchu

2 ½ kg de abobrinha

½ kg de banana nanica

1 abacaxi em fatia (opcional)

Temperos para a carne:

Sal,

salsinha,

cebolinha verde,

alho,

pimenta do reino,

óleo de cozinha,

vinagre,

vinho branco.

Acompanhamento

3 ½ kg de arroz

10 maços de almeirão (ou outra salada verde)

Modo de Preparo:

Deixe por 3 horas o carneiro no tempero. Coloque a carne do carneiro em um tacho de ferro de 30 polegadas, alterando com camadas de legumes e frutas. Em um buraco de 1,8 metros de profundidade, coloque para queimar 2 metros cúbicos de lenha. Depois de ter queimado a lenha por 4 horas, desça o tacho por meio de ganchos no buraco. Tampe o buraco com tábuas e vede-os compartimento com folhas de bananeiras e terra, ou tampa própria. O carneiro estará pronto para ser servido 6 horas depois.

Modo de preparar o Pirão:

Tire o caldo do carneiro com alguns tomates e cebolas do cozido. Leve ao fogo e misture devagarzinho 1 kg ou mais de farinha de mandioca torrada. Quando estiver quase pronto, acrescente o cheiro verde e a pimenta a gosto. O pirão leva cerca de 20 minutos para cozinhar.

Tempo de preparação e cozimento do carneiro no Buraco: aproximadamente 12 horas. Rendimento: 60 pessoas.

5.5 PRÓXIMOS EPISÓDIOS

ANTONINA E MORRETES – BARREADO

Para o IBGE (2008), o segundo prato típico do Paraná que têm destaque no cenário nacional possui um verdadeiro ritual para preparação. De influência portuguesa, o Barreado é originário dos sítios dos pescadores. Com o decorrer do tempo, passou para as cidades litorâneas, onde é cultivado há aproximadamente 200 anos. O nome Barreado vem dos açorianos e da expressão "barrear" a panela, ele é preparado com pirão de cinza e farinha de mandioca, para evitar que o vapor escape e o cozido seque depressa. O Barreado representa fartura, festa e alegria. Ele foi adotado como prato do período do entrudo (o precursor do carnaval), sendo sua característica a de que mesmo requentado, não perde o sabor original, o que liberava as pessoas durante os folguedos populares, não precisando cozinhar. Os

ingredientes que compõem o Barreado constituem-se de carne, toucinho e temperos.

No turismo destacamos a Litorina, o trem da Serra do Mar Paranaense que parte diariamente de Curitiba rumo à cidade de Morretes em aproximadamente 3 horas de viagem. Durante os 110 quilômetros viajando pela maior área preservada de Mata Atlântica do Brasil O turista irá se deparar com uma ferrovia de 128 anos de história, muitas pontes e viadutos, casarios, cachoeiras e uma vegetação exuberante. O trem pode chegar a 21 vagões, divididos em seis categorias: econômico, turístico, executivo, camarote, standard e luxo. Sua capacidade total é a de transportar 1.104 passageiros por passeio.

LAPA – COXINHA COM FAROFA

Com o ciclo do tropeirismo algumas coisas mudaram no Estado, tais como a economia, a cultura e os costumes. Os tropeiros transportavam não só tropas, mas foram mensageiros de notícias, consolidaram caminhos, fundaram núcleos populacionais ao longo do percurso e assimilaram ao linguajar paranaense palavras de origem castelhana como churrasco, charque, bombacha e arroio. A gastronomia também sofreu influência e as cidades nascidas de antigos pousos, como a Lapa, cultivam ainda hoje saborosos pratos como a Quirera Lapiana, o Virado de Feijão, o Arroz Tropeiro, o Castropreiro, a Paçoca de Pinhão com Charque e a coxinha com farofa. Esse último, conta a lenda que há alguns anos, durante a festa de São Benedito, foi criada a coxinha com sobras de farofa de frango e massa de pastel. Essa iguaria se propagou, tornando-se um dos símbolos da culinária local.

Poucas cidades no país têm memórias de uma guerra ou conflito armado. Hoje intitulada a “Cidade dos Heróis”, a Lapa faz da sua importância histórica um atrativo turístico. A cidade entrou para os livros por conta do **Cerco da Lapa**, batalha militar que impediu o avanço das tropas contrárias à proclamação da República durante a Revolução Federalista de 1894. O pequeno município, a 65 km de [Curitiba](#), possui o maior conjunto arquitetônico preservado do Paraná e abriga um pedaço orgulhoso da História do Brasil. São 14 quadras e 258 construções tombadas pelo patrimônio nacional. A cidade em si virou uma rara exposição ao ar livre que preserva e conta, em cada esquina, uma pouco da vida e dos enfrentamentos do século 19. Um pouco mais afastado do centro (3,5 km), fica o

Parque Estadual do Monge. O local foi morada de um monge conhecido como João Maria D'Agostinis, ermitão que vivia no que ficou conhecida como Gruta do Monge. A gruta é centro de peregrinação religiosa. Há vários depoimentos de graças alcançadas e de visões da Virgem Maria. Atualmente o parque passa por obras de revitalização.

TOLEDO - PORCO NO ROLETE

Com os movimentos migratórios e imigratórios, os paranaenses incorporavam hábitos alimentares dos alemães, italianos, poloneses, ucranianos como, por exemplo, o costume de conservar a carne de porco imersa na banha. Na Região Oeste do Paraná, o porco no rolete é uma das principais atrações gastronômicas. O prato típico do município de Toledo requer técnica e arte na hora do preparo. O porco, de aproximadamente seis meses, é assado inteiro num rolete que gira sempre na mesma direção e velocidade. Um mês antes do abate, a alimentação do animal é trocada para que haja diminuição da banha sem a perda de peso. Talvez, pelo fato de ser colonizada por alemães, o porco leve uma quantidade de temperos refinados, como a alfazema, a noz-moscada, o alecrim e muito vinho branco seco. A receita tradicional leva linguiça, calabresa, carne moída, milho verde, ervilha, palmito e cogumelos. O prato leva cerca de 20 horas para ficar pronto.

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS - CAMINHO DO VINHO

A 10 quilômetros da sede do município de São José dos Pinhais, a Colônia Mergulhão está localizada na área rural, entre as Colônias Acyoli, Murici e Rio Pequeno, sendo as famílias Daldin, Bortolan, Bim, Juliatto, Pissaia e Possobom, as primeiras estabelecidas na região, trazendo a tradição da produção artesanal do vinho e outros costumes.

Aqui o turismo e a gastronomia andam juntos. Em 1998 foi realizado o inventário para posterior elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais. O programa Caminho do Vinho fomenta ações de desenvolvimento, divulgando o folclore, artesanato, comidas típicas e a valorização do patrimônio histórico-cultural. Atualmente a rota mantém as edificações típicas da colonização italiana e utiliza a residência das primeiras famílias. A Colônia possui 44

propriedades rurais envolvidas nas mais diversas atividades como vinhos, restaurantes e cafés coloniais, chácaras de eventos e lazer, minhocário, pesque-pague, pousada, receptivo local, artesanato entre outras.

PARANAGUÁ – TAINHA

Uma grande oportunidade para os pescadores da região, a festa da Tainha montada na Praça 29 de Julho em Paranaguá tem como foco principal a “Culinária caiçara”. A ideia é que com a transformação da festa em um evento nacional o Sul do país também seja lembrado pela produção da tainha. O Evento é uma realização da Prefeitura de Paranaguá através da FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo), com apoio da Colônia de pescadores do MTC (Ministério do Turismo e da Cultura) e da ANSEEDITUR (Associação Nacional de Secretários e Dirigentes de Turismo e Capitais e Destinos Indutores).

O evento movimenta a região na época mais fria do ano, quando a captura da tainha em águas paranaenses é maior. Cerca de 17 famílias de comunidades marítimas locais, que preparam o alimento de diferentes formas em barracas são beneficiadas, tendo assim maior oportunidade de renda, sem sair de casa. Os comerciantes sempre se preparam para vendas maiores que nos anos anteriores, cerca de 60 toneladas do pescado, entre consumos na própria praça de alimentação e vendas. Os pratos com o peixe custam entre R\$ 35 e R\$ 60 e servem duas pessoas.

A maioria dos visitantes é paranaense, predominantemente das regiões de Curitiba e do Litoral, segundo uma avaliação feita pela Fundação Municipal de Turismo (Fumtur), no ano passado. A pesquisa aponta também que quase 98% dos entrevistados pretende voltar esse ano. No local há também vários shows nacionais e regionais, as barracas que participam da Feira da Lua com gastronomia e artesanato e diversão para as crianças. Em alguns anos a programação ainda inclui a tradicional corrida das canoas, que movimentará as águas do Rio Itiberê com pescadores disputando em diversas categorias.

CURITIBA - FRANGO, POLENTA E VINHO

Chegando à 33ª edição, a Festa do Frango, Polenta e Vinho reúne os amantes da comida italiana no Bosque São Cristóvão, em Santa Felicidade em Curitiba. Nos três dias pratos típicos da comida dos imigrantes italianos serão servidos: 5,5 mil quilos de frango, 5 mil quilos de polenta (R\$ 13, porção individual com os dois), 4 mil quilos de risoto (R\$ 10 serve duas pessoas) e 4 mil quilos de macarrão (R\$ 10 serve duas pessoas). A entrada custa R\$ 4, a salada de tomate com cebola e escarola R\$ 6, vinho em copo R\$ 3, garrafa R\$ 8 e garrafão R\$ 30. Durante os dias de festa também haverá missa, coral italiano, venda de artesanato, produtos como geleias e vinhos, apresentação de grupos folclóricos e bandas tocando músicas tradicionais italianas, barracas com doces e salgados e diversão para as crianças.

Santa Felicidade, o bairro local do evento, é a primeira colônia de italianos de Curitiba. Ela é formada por imigrantes da região do Vêneto que chegaram ao Brasil em 1878. De suas tradições nasceram as atrações que caracterizam o bairro, como a grande quantidade de restaurantes típicos, as vinícolas e as lojas de artesanato e móveis de vime. A igreja centenária é uma marca da religiosidade dos italianos. A poucas quadras dela está situado o Cemitério Santa Felicidade, com seu panteão construído por 18 capelas em estilo neoclássico e tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico. No bairro há ainda muitas casas que merecem destaque por sua arquitetura.

PRUDENTÓPOLIS – FEIJOADA

Prudentópolis, terra das cachoeiras gigantes e o maior produtor de feijão preto do Brasil, está localizada no interior do Paraná, a 210 km de Curitiba. Na cidade é realizada a Festa Nacional do Feijão Preto, conhecida como a maior feijoada do país.

Mil litros de água quente, meia tonelada de feijão preto, seis metros de lenha e oitocentos quilos de ingredientes como charque, lombinho, linguiça defumada, couro, Joelho, costelinha crua, costelinha defumada, pé, além do tempero com alho, cebola e cachaça são preparados, durante 12 horas, num panelão que pesa 12 toneladas.

No turismo a cidade também se destaca, ela possui mais de cem cachoeiras catalogadas em todo o seu território. As quedas variam entre 80 e quase 200 metros de altura. O Salto São Francisco é considerado o maior do Sul do Brasil com 196 metros de altura. Os rios São João, dos Patos e Ivaí formam as mais de cem cachoeiras da cidade. A mais próxima está a 12 quilômetros do Centro. Em muitas delas é cobrada a entrada, algumas ainda possuem espaços com lanchonete, restaurante, piscina, churrasqueiras e área de camping. Para quem gosta de esportes de aventura, a opções como rapelesa (rapel + tirolesa), corvolesa (tirolesa controlada), rapel e caminhadas pelas trilhas.

6 CONCLUSÃO

Este projeto buscou, através de uma pesquisa bibliográfica ampla e análise de concorrência, comprovar a viabilidade comercial e cultural do programa “Rota Paraná”. Comprovamos que com a popularização da internet no final dos anos 90 e início dos anos dois mil, o acesso cada vez maior a conteúdo audiovisual online cresceu gradativamente, o que fez a demanda por conteúdo online crescer e ser uma oportunidade de negócios.

Através dos dados coletados durante a pesquisa compreendemos que o estado do Paraná possui uma ampla quantidade de pontos turísticos que são mal explorados pela imprensa regional e nacional. A gastronomia paranaense também é pouco explorada na mídia, mesmo possuindo uma diversidade de pratos, receitas e feiras gastronômicas em todas as regiões do estado.

Através da análise de concorrência entendemos que o formato de um programa que explora a gastronomia e o turismo já é abordado com frequência na televisão, mas não encontramos produções audiovisuais que explorem os temas no estado do Paraná, com formato produzido exclusivamente para a internet na plataforma de streaming youtube.

A produção do programa “Rota Paraná” tem a missão de ser uma alternativa audiovisual na internet aos programas encontrados na televisão e a viabilidade econômica se torna viável pois é um produto de baixo custo.

Além de uma proposta acadêmica o programa “ Rota Paraná” surge como uma forma de divulgação e registro da cultura, gastronomia, turismo, hábitos e da história da população paranaense, pensado para a internet por ser uma plataforma democrática de acesso e com constante crescimento.

7 REFERÊNCIAS

(OMT), Ministério do Turismo. **Boletim de desempenho econômico do turismo**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/conjuntura_economica/boletim_desempenho_turismo/>. Acesso em: 08 de jun. 2015.

AcheTudo Região, **História do Paraná**. Disponível em: <http://www.achetudoeregiao.com.br/pr/historia_parana.htm>. Acesso em 01 Jun. 2015.

ARENDDT, Hannah. **A crise da cultura**. In: ARENDT, Hannah. Entre o passado e o futuro. 2.ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972

BARCZSZ, Débora Silvestre; DO AMARAL, Franciely F. Azarias. **Turismo Gastronômico: A Percepção Do Turista da 18ª Festa Nacional do Carneiro no Buraco de Campo Mourão Estado do Paraná**. 2010. Disponível em: [http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_\(PLT_33\).pdf](http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_(PLT_33).pdf). Acesso em 01 Jul. 2015.

BARRETTO, Margarida. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas, SP: Papius, 2001. 11.ed.

BAUMAN, Z. **Amor Líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999. Tradução Marcus Penchel.

Billet. **33ª Festa do Frango, Polenta e do Vinho**. Disponível em: <http://www.billet.com.br/eventos/33_festa_do_frango_polenta_e_do_vinho.html> Acesso em 11 de jul.2015.

BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (org.). **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Unesp, 2010.

BRITTOS, Valério Cruz. **A TV a cabo e a dispersão da audiência**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-tv-cabo-dispersao.html>> Acessado em: 23 de maio de 2015

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 11ª. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CLERTON, Martins. **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Roca, 2003

Clube da Caça e Pesca de Toledo, **Festa Nacional do Porco Assado no Rolete**. Disponível em: <<http://www.clubedecacaepescadetoledo.com.br/?page=porco>>. Acesso em 05 Jun. 2015.

COMSCORE. **2014 Brazil digital future in focus**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/jacquelinee/2014-brazil-digitalfutureinfocuspt>> Acesso em: 09 de junho.2015.

CONPEHT Brasil. **Práticas de turismo responsável como incentivo na integração das culturas**. Disponível em: <http://www.conpehtbrasil.com/dmdocuments/artigo_12.pdf > Acesso em 06 de jul.2015.

DOS SANTOS, Carlos Roberto Antunes. **A Alimentação e seu Lugar na História: Os Tempos da Memória Gustativa**. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/view/4643/3797>>. Acesso em 01 Jun. 2015.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Marcia Lília de (orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

DUARTE, Luiz Guilherme. **É Pagar Para Ver: a TV por Assinatura em Foco**. São Paulo: Summus, 1996.

FERRO, Rafael C. **Gastronomia e Turismo Cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local**. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.sp.senac.br/index.php/revistacontextos/article/viewFile/483/427> >. Acesso em 06 Jun. 2015.

FILHO, Francisco Machado; FERREIRA, Mayra Fernanda. **Jornalismo Audiovisual: da tela da TV para outras telas**, Brazilian Journalism Research, volume 8, número 2. 2012.

Gazeta do Povo. **Abandono faz o parque místico da Lapa virar problema**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/abandono-faz-o-parque-mistico-da-lapa- virar-problema-cft9v0d14ujsdf18px5vdabta> > Acesso em 09 de jul.2015.

Gazeta do Povo. **Festa da Tainha vai até o dia 12 de julho**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/festa-da-tainha-vai-ate-o-dia-12-de-julho-0ngh46emwv0x8kqyldw5mx756> > Acesso em 11 de jul.2015.

Gazeta do Povo. **Festa do Frango, Polenta e Vinho segue até domingo em Santa Felicidade**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/festa-frango-polenta-e-vinho-segue-ate-domingo-em-santa-felicidade/> > Acesso em 11 de jul.2015.

Gazeta do Povo. **Tainha reina na festa e na mesa caiçara**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/litoral/tainha-reina-na-festa-e-na-mesa-caicara-53jdf6q6dzn5dt4pgaieapdn2>> Acesso em 11 de jul.2015.

GIMENES, Ederson. **As Diversidades Históricas na Alimentação Paranaense**. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/alimentacao-paranaense/82798/>>. Acesso em: 05 Jun. 2015.

Governo do Estado do Paraná. **Paraná**: guia técnico de turismo. Curitiba: 1997. 6. ed.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD 2013 - Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular**. <http://www.ibge.gov.br/estadosat/download/pr_pnad_internet_celular_2013.csv> Acessado em: 17/05/2015

Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes). **Paraná em números**. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_conteudo=1> Acesso em 06 de jul.2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Instituto Piaget, 1997.

LUSTOSA, Elias. O texto da notícia. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

Matraqueando viagens e comidinhas. **Lapa, Paraná: como organizar um bate e volta perfeito saindo de Curitiba**. Disponível em: <<http://www.matraqueando.com.br/tag/lapa-parana-turismo>> Acesso em 09 de jul.2015.

MELO, Fernando. **Culinária ou Gastronomia**. 2011. Disponível em: <<http://adegagourmet.blogspot.com.br/2011/08/culinaria-ou-gastronomia.html>>. Acesso em 01 Jun. 2015.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Edusp, 2003.

MOLETA, Vânia B. Florentino. **Comercializando um destino turístico**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2000

MOREIRA, Igor. **Construindo o espaço brasileiro**. São Paulo: Editora Ática, 2003

MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX: neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1984.

NIELSEN. **Tops of 2014: digital**. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/tops-of-2014-digital.html>> Acesso em: 09 de junho.2015.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **A.D. entrevista o humorista Fábio Porchat** <<http://observatoriodaimprensa.com.br/oitv/a-d-entrevista-o-humorista-fabio-porchat/>> Acessado em: 16 de maio de 2015

Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001

Portal G1. **Panela de ferro de 12 toneladas chega a Prudentópolis para Festa do Feijão**. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/2014/07/panela-de-ferro-de-12-toneladas-chega-prudentopolis-para-festa-do-feijao.html> > Acesso em 11 de jul.2015.

Portal G1. **Conheça Prudentópolis, a terra das cachoeiras gigantes**. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2012/01/conheca-prudentopolis-terra-das-cachoeiras-gigantes.html> > Acesso em 11 de jul.2015.

Prefeitura de Paranaguá. **30ª Festa da Tainha**. Disponível em: < <http://www.paranagua.pr.gov.br/conteudo/festa-da-tainha> > Acesso em 11 de jul.2015.

Prefeitura Municipal da Lapa. **Prefeitura Municipal da Lapa**. Disponível em: < <http://lapa.pr.gov.br/> > Acesso em 09 de jul.2015.

Região Sul do Brasil, **Gastronomia (PR)**. Disponível em: <<https://cefaesb.wordpress.com/page/2/>>. Acesso em 05 Jun. 2015.

Revista Turismo. **Gastronomia e turismo cultural**. Disponível em: < <http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>. > Acesso em 07 de jul. 2015.

RIBEIRO, Ângelo Augusto. **A televisão e a concorrência digital: o fim do monopólio do vídeo**. Estudos em jornalismo e mídia, Florianópolis, ano 4, número 2, p.69-78, julho, 2007.

RISCHBIETER, Iara L. Klug; DREHER, Marialva Tomio. **O Papel da Cultura Local no Desenvolvimento do Turismo em Blumenau - SC**. 2007. Disponível em:

<http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT04-6.pdf>. Acesso em 05 Jun. 2015.

SANTINI, Rose Marie; CALVI, Juan C. **O consumo audiovisual e suas lógicas sociais na rede**. Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, volume 10, número 10, p.159 – 182, março.2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto. 2003

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: ABC do Turismo, 2003.

Secretaria de infraestrutura e logística do governo do estado. **Departamento de estradas de rodagem**. Disponível em: <<http://www.der.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=7>> Acesso em 06 de jul.2015.

Secretaria de infraestrutura e logística do governo do estado. **Malha ferroviária do estado do Paraná**. Disponível em: <<http://www.infraestrutura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=194>> Acesso em 06 de jul.2015.

Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná, **Calendário de Eventos 2015**. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/caleventos/listar.php?start=0&order=data_inicio%2c%20data_fim%2c%20municipio%2c%20nome&tipoorder=ASC&categoria=7&data_ini=01-01-2015&data_fim=31-12-2015&pesquisa=1>. Acesso em 05 Jun. 2015.

Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná, **Folder Gastronomia**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/FolderGastronomia.pdf>>. Acesso em 05 Jun. 2015.

Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná, **Turismo Gastronômico**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=110>>. Acesso em 01 Jun. 2015

Secretaria do Esporte e Turismo. **Turismo Gastronômico**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=110>> Acesso em 07 de jul.2015.

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, **Marcos Conceituais**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf. Acesso em 05 Jun. 2015.

SEGALA, Luiziane Viana. **Gastronomia e Turismo cultural**. Revista Eletrônica de Turismo: 2003. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>>. Acesso em: 01 Jul. 2015.

Serra Verde Express. **Trem da Serra do Mar Paranaense**. Disponível em: <<http://www.serraverdeexpress.com.br/site/conheca.aspx?cod=13>> Acesso em 07 de jul.2015.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. Eventos. São Paulo: Eleph, 2002.

The Cities. **Fauna e Flora no Brasil**. Disponível em: <http://www.thecities.com.br/Artigos/Brasil/Meio_Ambiente/Fauna_e_Flora/Fauna_e_Flora_no_Brasil/> Acesso em 06 de jul.2015.

The Cities. **Tipo de turismo no Brasil**. Disponível em: <http://www.thecities.com.br/Brasil/Turismo/Tipos_de_Turismo/>. Acesso em 10 de jun.2015.

Tribuna do Litoral. **30° FESTA DA TAINHA EM PARANAGUÁ-PARANÁ**. Disponível em: <<http://www.tribunadolitoral.com/noticias/eventos/72-30-festa-da-tainha-em-paranagua-parana.html>> Acesso em 11 de jul.2015.

UOL. Conhecida **como Cidade dos Heróis, Lapa (PR) guarda muita história**. Disponível em: <<http://viagem.uol.com.br/guia/brasil/curitiba/roteiros/conhecida-como-cidade-dos-herois-lapa-pr-guarda-muita-historia/index.htm>> Acesso em 09 de jul.2015.

VERDUM, Roberto; STROHAECKER, Tânia. **Desenvolvimento regional, turismo e educação ambiental**. Porto Alegre: 2000.

Youtube. **Maior Feijoada do Brasil - Prudentópolis, PR**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=X0srV3pvaMg>> Acesso em 11 de jul.2015.

**ANEXO A – CALENDÁRIO DE EVENTOS GASTRONÔMICOS NO PARANÁ EM
2015**

Calendário de Eventos Gastronômicos do Paraná 2015			
Data	Localidade	Evento	Descrição
15/01/2015 a 18/01/2015	Pontal do Paraná	12º Festival do Caranguejo	Evento gastronômico que reúne a tradição das grandes caranguejadas, a cultura da pesca artesanal, o resgate do samba de raiz e chorinho, além de diversas atrações à beira mar.
18/01/2015 a 18/01/2015	Toledo	19ª Festa do Milho	O milho, que o Distrito é grande produtor, é a base de diversos pratos que são oferecidos na festa: cozido, bolo, pudim, pamonha, curau, pizza, canjica, doces, polenta e outras receitas, que fazem a delícia dos participantes da festa.
30/01/2015 a 01/02/2015	Antonina	Festa do Caranguejo	A festa tem como objetivo resgatar a gastronomia do município, com pratos típicos elaborados à base de caranguejo.
05/02/2015 a 08/02/2015	Colombo	52ª Festa da Uva	A festa que resgata as autênticas manifestações italianas com shows folclóricos de dança e de canto, exposições e competições esportivas, comidas típicas com risoto, frango e polenta, comercialização de uvas de diversas variedades, sucos, vinhos, geleias e conservas, motiva aproximadamente 140.000 participantes.
06/02/2015 a 08/02/2015	Curitiba	57ª Festa da Uva	Animada confraternização com muita uva, geleia, suco, vinho, comercialização de artesanato, apresentação de grupos folclóricos, barracas com doces e salgados e abertura da festa com distribuição de 500 quilos de macarrão, fazem parte da programação, em que o bairro italiano de Santa Felicidade mantém a secular tradição gastronômica.

08/02/2015 a 08/02/2015	Virmond	Festa da Costela a Quatro Fogos	Almoço à base de Costela a Fogo de Chão com saladas e demais acompanhamentos.
08/03/2015 a 08/03/2015	Toledo	17ª Festa do Leitão à Sarandi	A comunidade vem se consolidando no cenário gastronômico do município apresentando seu prato típico o Leitão à Sarandi, com acompanhamentos. Exposições do comércio entre outros entretenimentos como apresentações musicais e mati baile, motivam um público de 5000 participantes.
12/03/2015 a 15/03/2015	Lapa	1ª Festa da Coxinha de Farofa	O evento conta com espaço para comercialização, degustação e divulgação desta iguaria da culinária lapeana, além de locais para exposição de produtos e serviços, praça de alimentação e shows com artistas de renome nacional.
15/03/2015 a 15/03/15	Piraquara	26ª Festa do Carneiro	Evento que reúne cerca de 12.000 pessoas, para saborear a carne de carneiro preparada na brasa. Shows musicais, apresentações artísticas, baile para a escolha da Rainha e Princesas da Festa e venda de produtos típicos, complementam a programação.
12/04/2015 a 12/04/2015	Céu Azul	Festa do Leitão Desossado na Grelha	O leitão inteiro ou meio leitão é servido com acompanhamentos de mandioca, pão, farofa e saladas além da costela bovina.
26/04/2015 a 26/04/2015	Marechal Cândido Rondon	Festa do Leitão à Marechal	O município promove a festa para divulgar a suinocultura e incentivar o consumo desta carne entre os consumidores da região, atraindo produtores e apreciadores do saboroso prato. Da programação consta também apresentações culturais.
26/04/2015 a 26/04/2015	Toledo	16ª Festa do Porco Recheado e Assado ao Forno	Moradores e visitantes deliciam-se com mais uma festa gastronômica do município: o Porco Recheado com carne moída e mais treze ingredientes, assado ao forno, por doze horas, garantindo um sabor especial acompanhado de saladas, cucas recheadas e pães.

29/04/2015 a 03/05/2015	Guarapuava	3ª Festa da Polenta	O público tem oportunidade de degustar mais de sete pratos à base de polenta sendo preparadas cerca de três toneladas do alimento, acompanhada de um queijo gigante de 250 kg. É ainda realizado o concurso da melhor piada ou história engraçada sobre polenta, além da prova do maior comedor de polenta. Shows de humor animam o evento.
01/05/2015 a 01/05/2015	Francisco Beltrão	7ª Festa do Leitão Light no Carrossel	O evento gastronômico reúne participantes para alegre confraternização, deliciando-se com o Leitão Light no Carrossel, acompanhado de farofa temperada, saladas, pão e as saborosas cucas.
01/05/2015 a 03/05/2015	Mallet	19ª KIWIFEST - Festa Estadual do Kiwi	O município que vem se destacando na produção do kiwi, comemora a boa colheita com festa, com escolha da Rainha da Kiwifest, comercializando a fruta, inclusive no sistema colha e pague. Da programação constam ainda atividades referentes à agricultura, com palestras e dia de campo, apresentações culturais, feira de negócios e artesanato local, café colonial complementado por shows artísticos diários.
01/05/2015 a 03/05/2015	Paiçandu	1ª Feira de Sabores	Realizada em comemoração ao Dia do Trabalho, com apresentações culturais, barracas com pratos típicos nacionais e internacionais, que objetiva valorizar a cultura dos pioneiros, além de proporcionar aos participantes a oportunidade de degustar diversos sabores que contemplam a gastronomia regional.
01/05/2015 a 31/05/2015 (Data a confirmar)	Paranavaí	Festa do Peixe	Comemoração de aniversário do clube, onde são servidas cerca de 1000 refeições à base de peixes como pintado, tilápia e dourado, acompanhadas de arroz e salada.
02/05/2015 a 04/05/2015	Santo Antônio da Platina	Festa do Milho Verde	Gastronomia à base de milho e seus derivados, shows artísticos e apresentações culturais entre outras atrações fazem parte da programação.

03/05/2015 a 03/05/2015	Santa Fé	30ª Festa do Boi no Rolete	Dois bois inteiros são assados em 12 horas de fogo no rolete, para serem servidos como o prato típico. Show ao vivo anima a festa durante o todo o dia, motivando a participação de aproximadamente 1200 pessoas provenientes do município e região.
07/05/2015 a 10/05/2015	Pinhão	Festa do Pinhão	Evento gastronômico-cultural cujo ponto alto são os pratos à base de pinhão, sendo animado por shows de rock, apresentação de duplas sertanejas, exposição, feira do comércio, rodeio crioulo, além de outras atrações.
08/05/2015 a 08/05/2015	Missal	20º Concurso da Galinhada	Equipes integradas por até três pessoas, seguem regras preestabelecidas para preparar a panela com a mais saborosa galinhada. Antes de ser servidos aos participantes, os pratos são julgados por uma comissão degustadora para escolher a mais saborosa galinhada.
09/05/2015 a 09/05/2015	Virmond	Festa da Carne de Cabrito	O município recebe seus visitantes com pratos à base de carne de caprino como: Tomate Recheado com Carne de Cabrito, Arroz Cabriteiro, Filé de Cabrito ao Leite de Coco e outras delícias.
12/05/2015 a 17/05/2015	Serranópolis do Iguaçu	5ª Festa do Leitão ao Fogo de Chão	Festa em homenagem à padroeira do município, cujo prato Leitão ao Fogo de Chão, vem se consolidando como atrativo principal da programação. São assados aproximadamente 130 leitões e da festa fazem parte também: jantares típicos, feiras, exposições, torneios, danças e apresentações musicais que animam o evento.
17/05/2015 a 17/05/2015	Toledo	22ª Ipiranga Fest	Tradicional festa popular em que a comunidade divulga seu prato típico o Porco Assado na Grelha. Café colonial e baile fazem parte da programação que motiva milhares de participantes.
23/05/2015 a 24/05/2015	Porto Barreiro	2ª Festa do Peixe	O evento objetiva promover e divulgar o consumo de alimentos à base de peixes e incentivar sua produção. Exposição de equipamentos para a atividade pesqueira faz parte da programação.

01/06/2015 a 30/06/2015 (Data a confirmar)	São José dos Pinhais	16ª Festa do Pinhão	O município homenageia o fruto da árvore a qual originou seu nome, com festa popular que já se tornou tradicional em toda a região. Shows musicais com artistas de renome nacional, gastronomia típica à base de pinhão e outros entretenimentos, fazem parte da programação que reúne aproximadamente 50 mil participantes.
06/06/2015 a 07/06/2015	Paula Freitas	11ª Festa do Pinhão	A festa possui atrações diversas como: bailes, gincanas escolares, parque de diversões, torneios de futebol suíço e bocha, shows musicais, além de praça de alimentação.
07/06/2015 a 07/06/2015	Goioerê	13ª Festa do Leitão Maturado	O município divulga seu delicioso prato típico com uma grande e movimentada festa, onde são servidos 250 leitões, que atrai aproximadamente 10.000 participantes animados com shows musicais, além de venda de artesanato.
07/06/2015 a 07/06/2015	Toledo	13ª Festa do Leitão Desossado à Xaxim	Com grande baile de abertura, a comunidade recebe os visitantes para uma saborosa festa popular em que é servido seu prato típico, degustado por aproximadamente 5000 pessoas, sendo assados 60 suínos acompanhados com carne de gado assado, saladas, cucas e pães.
11/06/2015 a 14/06/2015	Cerro Azul	50ª Festa da Laranja e 22ª EXPOKAN	O município, grande produtor de cítricos do estado, comemora a boa safra com a maior festa do Vale do Ribeira, proporcionando uma oportunidade aos visitantes em adquirir laranja e ponkan diretamente do agricultor. Shows musicais, barracas com artesanato típico e o tradicional leitão e a costela fogo de chão, animam o evento.
12/06/2015 a 14/06/2015	Ourizona	11ª Festa do Milho	A festa objetiva divulgar a produção do milho do município, estimulando seu consumo através da deliciosa variedade de seus derivados.

13/06/2015 a 13/06/2015	Missal	23º Café Colonial	Apreciadores de comida típica da época da colonização pelos italianos e alemães participam todos os anos do café colonial, onde são servidos aproximadamente 20 tipos de pratos entre doces e salgados. Cuca, salame, torresmo, entre muitas outras delícias.
13/06/2015 a 13/06/2015	Virmond	Jantar Típico Polonês	Inserido nas solenidades de premiação dos jogos do município, no jantar são servidos pratos como pierogui, charuto de repolho, além de assados de porco, frango e saladas.
14/06/2015 a 14/06/2015	Doutor Camargo	21ª Festa do Porco no Rolete Aberto	O Porco no Rolete - Aberto - é servido acompanhado de arroz, farofa, mandioca cozida e diversas saladas. Música ao vivo, show de prêmios, barracas de artesanato e de doces caseiros, integram a programação.
25/06/2015 a 05/07/2015	Paranaguá	5ª Festa Nacional da Tainha, 38ª Festa do Pescador, 30ª Festa da Tainha e 7ª Festa Regional da Tainha	A Festa da Tainha integra a tradicional Festa do Pescador, contando com a culinária típica pesqueira que atrai grande número de participantes para saborear a tainha preparada conforme suas tradições peculiares. Na programação também consta corrida de canoas, shows artísticos, parque de diversões, feiras gastronômicas e de artesanato, além de venda da tradicional tainha recheada, assada frita e frutos do mar.
26/06/2015 a 05/07/2015	Bandeirantes	16ª Festa do Milho Verde	O município mostra sua produção através da festa que motiva a participação de milhares de pessoas apresentando pratos à base de milho verde e seus derivados: pamonha, curau, cuscuz, bolinho, sopa, suco e torta, entre outras guloseimas.
01/07/2015 a 31/07/2015 (Data a confirmar)	Curitiba	16ª Feira Sabores do Paraná	Proporcionar aos participantes, uma das mais saborosas feiras do Paraná, promovendo a agroindústria familiar com venda de produtos orgânicos e convencionais, como: geleias, doces, biscoitos, conservas, vinhos, sucos, pães, embutidos, queijos e outras comidas típicas, além de artesanato e flores, são os objetivos do evento que reúne centenas de expositores.

01/07/2015 a 31/07/2015 (Data a confirmar)	Ponta Grossa	5º Festival Gastronômico	O festival tem como objetivo incentivar a cultura gastronômica do município, promovendo os bares e restaurantes já consagrados, e os novos, proporcionando preços mais acessíveis aos clientes.
03/07/2015 a 05/07/2015	Curitiba	33ª Festa do Frango, Polenta e do Vinho	A polenta, o frango, o vinho, o queijo, o salame e muitos outros pratos típicos são alegres motivos para comemorar e recordar as festas e as músicas da distante Itália. Venda de artesanato, apresentações de grupos folclóricos, barracas com salgados e doces além da abertura do evento com distribuição de 500 quilos de polenta ao molho, fazem parte da programação que motiva aproximadamente 30.000 pessoas
03/07/2015 a 12/07/2015	Cambará	Festa do Milho Verde	Festa em que o município apresenta à população e aos visitantes pratos típicos e bebidas à base de milho um dos produtos de sua economia.
05/07/2015 a 05/07/2015	Guarapuava	2ª Festa Mais Doce da Cidade	Festival de doces com as principais guloseimas de cada etnia. Além de oferecer a riqueza cultural de uma culinária diversificada, aproxima as etnias locais para uma comemoração que é de grande importância para o município.
12/07/2015 a 12/07/2015	Campo Mourão	25ª Festa Nacional do Carneiro no Buraco	Aproximadamente 150 tachos do prato típico são servidos em uma das maiores festas gastronômicas do país, de cuja programação consta ainda: Apresentação do espetáculo O Guardião do Fogo, Exposição Feira, Agropecuária, Comercial e Industrial, leilão de gado, rodeio profissional, venda de artesanato, café colonial, shows artísticos, parque de diversões e muitas outras atrações que durante os dias da festa motivam em torno de 200.000 participantes.
18/07/2015 a 26/07/2015	Paranaguá	21ª Festa da Tainha	Realizada em duas semanas do mês de julho, apresenta aos visitantes sua especialidade, a tainha preparada de diversas maneiras: frita, assada, na folha de bananeira e servida na telha. Bingo, forró e apresentação de fandango, além da eleição da Rainha da Festa, integram a programação do evento.

22/07/2015 a 26/07/2015	Fênix	12ª Festa do Peixe na Cerâmica	O prato típico do município é servido em diversos eventos sendo obrigatório na Festa da Cidade, preparado em cumbucas de cerâmica, com os melhores ingredientes, que vai à churrasqueira feita especialmente para seu cozimento. Acompanha o prato: arroz, pirão com o caldo do pintado e salada de almeirão com bacon.
25/07/2015 a 25/07/2015	Toledo	12ª Festa Típica Italiana	Pratos da culinária italiana são servidos como: frios, queijos, molhos e morcilha, polenta, macarrão fortaglia com salame, galeto e muitas outras delícias, completam a farta mesa dos descendentes de italianos radicados na comunidade. Da programação consta ainda missa, apresentações culturais, muita música e danças típicas.
26/07/2015 a 26/07/2015	Marechal Cândido Rondon	Festa Nacional do Boi no Rolete	Festa Nacional do Boi no Rolete, dezenas de equipes de assadores – composta por quatro pessoas cada uma – participam de um concurso para escolher o melhor assador. Uma comissão de 16 jurados experimenta a carne para dar a nota. Os cinco melhores, em duas categorias (culinária e ornamentação – decoração e higiene) são destacados com troféus. São assados o número de bois (55) correspondente aos anos de aniversário do município e que serve aproximadamente 22 mil pessoas.
02/08/2015 a 02/08/2015	Maripá	Festa do Costelão	Objetivando preservar as tradições gaúchas ocorre o evento que em sua programação é antecedida por baile com coroação da rainha e princesas da festa, cavalgada, almoço à base de costelão assado inteiro em fogo de chão, encerrando-se com mati baile.
02/08/2015 a 02/08/2015	Rolândia	Festa do Eisbein	Festa gastronômica onde é servido o prato típico alemão eisbein (joelho de porco), com acompanhamentos de batata, chucrute, doce de maçã, salsichão e mostarda.

02/08/2015 a 02/08/2015	Serranópolis do Iguaçu	Festa do Frango ao Fogo de Chão	Festa em que o município presta homenagem aos seus colonos e motoristas resgatando os valores familiares, comunitários e promovendo ainda o turismo religioso e gastronômico, através da fé em São Cristóvão e na divulgação do prato principal: o frango assado inteiro ao fogo de chão e o bobó- mato-grossense.
07/08/2015 a 09/08/2015	Bituruna	9ª Festa do Vinho	Uma das mais movimentados eventos regionais oportunizando a degustação do bom vinho da terra, apresentação de pratos típicos, muita música e eleição da Rainha da Festa.
08/08/2015 a 09/08/2015	Prudentópolis	6ª FENAFEP - Festa Nacional do Feijão Preto	Inserida nas festividades de aniversário do município que mostra seu potencial como o maior produtor de feijão preto, com variada programação: a maior feijoada do Brasil, feira de sabores e produtos da terra, atrações culturais, shows artísticos com mostra de talentos, Festival da Canção, rodeio crioulo, palestras técnicas, exposição agroindustrial e de animais, torneio leiteiro e parque de diversões.
14/08/2015 a 16/08/2015	Peabiru	21ª Festa do Carneiro ao Vinho	O prato típico o Carneiro ao Molho de Vinho, remete às tradições gastronômicas do tempo dos bandeirantes e dos tropeiros e que resgatado pelos pioneiros, deu origem a festa que atrai aproximadamente 15.000 visitantes , que aumentam a cada edição , atraídos pelo seu fácil preparo e excelente paladar . Shows musicais e artísticos, exposição de produtos da agroindústria familiar, feira de negócios, apresentações culturais, praça de alimentação e parque de diversões complementam a programação.
14/08/2015 a 16/08/2015	São José dos Pinhais	13ª Festa do Vinho e Mostra de Folclore	Objetiva divulgar os atrativos que o Caminho do Vinho oferece por meio da exposição e venda de vinhos e derivados, produtos coloniais e gastronomia típica. Paralelamente ocorre escolha da Rainha, shows musicais, apresentações de coral e grupos folclóricos, entre outras atrações.

16/08/2015 a 16/08/2015	Missal	7ª Festa do Porco no Tacho	O evento gastronômico reúne aproximadamente 400 participantes para se deliciar com a comida típica dos descendentes alemães o Porco no Tacho, acompanhado de saladas verdes, arroz, mandioca e polenta.
23/08/2015 a 23/08/2015	Floresta	5ª Festa da Leitoa Grelhada Dupla Face	O município apresenta seu prato típico com saborosa festa de confraternização entre moradores e visitantes.
23/08/2015 a 23/08/2015	Guarapuava	16ª Festa do Soquete de Carneiro e Paçoca de Pinhão	O soquete é um apetitoso prato feito com carne da coluna vertebral de carneiro, temperada na véspera com vinho, sal e outros condimentos. Faz-se um molho com tomate, cebola, cheiros verdes, aos quais se juntam a mandioca e batata-inglesa. Para saboreá-lo, acrescenta-se já no prato servido, farinha de mandioca, originando-se daí o nome "soquete". O segundo prato, a paçoca de pinhão, também faz parte da culinária tradicional e é preparada com carne bovina e de porco, às quais se junta pinhão cozido.
27/08/2015 a 30/08/2015	Candói	15ª Festa Nacional do Charque	Evento tradicional que faz parte das comemorações de aniversário do município. Paralelamente ocorre cavalgada, rodeio crioulo e country, além de shows artísticos, diversidade gastronômica à base de charque, exposição feira com comercialização de gado e feira de produtos oriundos da agricultura familiar, fazem parte da programação.
30/08/2015 a 30/08/2015	Ponta Grossa	10º Festival do Leitão no Rolete	Fazem parte da programação: sorteio de brindes, venda de artesanato, além de todos os participantes saborearem o delicioso Leitão no Rolete.
04/09/2015 a 06/09/2015	Ivatuba	Festa da Leitoa Desossada e Recheada	A tradicional festa em que os moradores do município confraternizam-se com os visitantes, em um evento que reúne aproximadamente 2500 participantes, para saborear seu prato típico, a Leitoa Desossada e Recheada.

06/09/2015 a 06/09/2015	Toledo	31ª Festa Nacional do Frango	Precedida de baile, uma das mais concorridas festas gastronômicas do município, em que 2000 kg de carne de frango são preparadas de diversas maneiras: frita, recheada, ensopada, desossada, etc. Completam o evento exposição do comércio, apresentações artísticas e outros entretenimentos.
11/09/2015 a 13/09/2015	União da Vitória	8ª Festa Nacional da Costela	A tradição gaúcha destaca-se na região, com o resgate da alegria dos encontros, o capricho das pilchas e o preparo da melhor costela assada em fogo de chão, que transformam o município na sede de uma deliciosa festa gastronômica, com conotação tradicionalista, com 15 toneladas de costela, onde o visitante saboreia: porções, costeladas, kit costela para 35 pessoas, pizza de costela, pastel e linguiça de costela, além de x-costela. Apresentação de shows musicais, fandango e atrações artísticas, fazem parte da programação da festa.
13/09/2015 a 13/09/2015	Missal	11ª Festa do Porco à Pururuca	O evento gastronômico reúne aproximadamente 700 participantes para se deliciar com os mais de 20 porcos assados à pururuca, com acompanhamento de mandioca, farofa, saladas, pães e cucas.
13/09/2015 a 13/09/2015	Santo Inácio	9ª Festa do Porco Caipira na Lata	O município apresenta seu delicioso prato típico: Porco Caipira na Lata, acompanhado de arroz branco, tutu de feijão, pururuca de porco, farofa e saladas, fazendo a delícia dos participantes.
19/09/2015 a 20/09/2015	Rolândia	Café Colonial da Primavera	Uma tradição germânica, em que os participantes têm a oportunidade de se deliciar com as mais de 50 variedades de produtos, tais como: bolos, folheados de maçã, geleias caseiras, pães, entre outros.

20/09/2015 a 20/09/2015	Toledo	42ª Festa Nacional do Porco do Rolete	Do desafio entre amigos, de assar um suíno inteiro, nasceu a maior festa gastronômica do sul do Brasil, onde são preparados mais de 300 leitões recheados. Paralelamente ocorre concurso entre assadores, levando em conta os quesitos: melhor assador, recheio mais gostoso, courinho mais crocante, entre outros itens julgados por uma comissão de juízes degustadores. Shows artísticos e folclóricos, feira de artesanato e eleição da Rainha, completam o evento, que motiva um público de 30 mil pessoas.
25/09/2015 a 27/09/2015	Laranjeiras do Sul	7ª Festa do Carneiro	Almoço à base de carneiro, café tropeiro, apresentações de artistas regionais, mostra de animais e exposição da cultura do tropeirismo, compõe o evento.
25/09/2015 a 04/10/2015	Pontal do Paraná	20º CAMACHO - Festa do Camarão e do Chope	Na festa gastronômica são servidos pratos à base de camarão, além de muito chope, oferecendo ainda ao visitante produtos da região. Animam o evento, atrações culturais e shows musicais.
27/09/2015 a 27/09/2015	Luiziana	8ª Festa do Boi na Brasa	Nos festejos de aniversário, o município apresenta seu prato típico: Boi na Brasa, costela bovina recheada, acompanhada de arroz, maionese, saladas verdes e farofa, a delícia que motiva aproximadamente 3000 participantes.
27/09/2015 a 27/09/2015	Toledo	20ª Michel's Fest	Homenageando o padroeiro da comunidade, o evento tem como prato típico o costelão que é servido com saladas, maionese, entre outros pratos e à tarde ocorre o matinê e matí baile que animam a festa após o almoço.
01/10/2015 a 31/10/2015 (Data a confirmar)	São José dos Pinhais	Festa da Banana	Almoço, apresentação cultural e comercialização de produtos derivados de banana, fazem parte da programação.
02/10/2015 a 04/10/2015	Curitiba	1ª ASSAFEST - Festa Nacional do Assado	Evento gastronômico com formato de festa feira, voltado à família brasileira que tem como principal objetivo bater o record do maior churrasco do mundo em volume de carne e de público.
03/10/2015 a 03/10/2015	Céu Azul	33º Café Colonial	Com mais de 30 pratos diferentes, como: batatinha, costelinha de porco, o café colonial faz parte da programação em comemoração ao aniversário do município.

04/10/2015 a 13/10/2015	Maringá	Festa dos Estados e das Nações e Feira do Artesanato	Uma das mais importantes festas gastronômicas do município, o evento conta com barracas gastronômicas, feira de produtos, artesanato, apresentações de grupos musicais e culturais, entre outras atrações, motivando um público-alvo de 55.000 visitantes.
07/10/2015 a 11/10/2015	Campo Mourão	4ª COMCAM FEST	Evento que reúne os pratos típicos regionais, em um verdadeiro festival gastronômico com mostra e venda de artesanato, produtos da agricultura familiar, rodeios, shows, parque de diversões e cavalgadas.
09/10/2015 a 13/10/2015	Guarapuava	26ª Festa da Cevada e da Peixada	Festa suábica, que reúne milhares de pessoas para uma alegre confraternização com música, comidas como Peixe Assado no Espeto à Moda Serrana e o tradicional gulasch, prato típico húngaro. Ocorre também o Baile da Peixada animado com músicas notadamente alemãs, além de chopp natural produzido na comunidade.
10/10/2015 a 11/10/2015	Carambeí	5º Festival de Tortas	Do hábito herdado dos imigrantes holandeses de saborear o tradicional café com tortas, nasceu o festival, considerado um dos mais saborosos dos Campos Gerais, uma inesquecível experiência gastronômica de exóticos sabores doces e salgados, complementada por exposições de orquídeas, artesanato e telas de artistas regionais.
22/10/2015 a 25/10/2015	Curitiba	4º Mundo Gastronômico Curitiba 2015	Feira anual dirigida a empresários e profissionais do setor da gastronomia e aos apreciadores da cozinha gourmet, da culinária e da área de alimentação, que oferece ainda produtos, equipamentos e novidades do setor e aos aficionados do mundo gastronômico.
01/11/2015 a 30/11/2015 (Data a confirmar)	São Mateus do Sul	16ª Festa do Charque a Vapor	Festa gastronômica em que o município apresenta seu prato típico - Charque a Vapor, resgatando as raízes históricas do Ciclo da Erva-Mate e a navegação a vapor no Rio Iguaçu.
01/11/2015 a 30/11/2015 (Data a confirmar)	Umuarama	16ª Festa do Frango na Telha	O prato típico do município, Frango na Telha, é servido motivando a maior festa gastronômica da região, em uma confraternização entre moradores e visitantes, que reúne aproximadamente 5000 participantes.

07/11/2015 a 07/11/2015	Guarapuava	7º Festival Gastronômico da Carne de Cordeiro	Com aproximadamente 1000 participantes, o festival é uma verdadeira explosão de sabores, aromas e temperos. O cardápio sofisticado inclui uma variedade de receitas feitas com carne de cordeiro. São nove pratos diferentes, entre eles o Fricassé de Cordeiro com Tomates Concassé; Costela de Cordeiro com Redução de Marsala; Gourguet de Cordeiro com Creme Fraiche; Risoto Napolitano de Cordeiro; Penne ao Limoni com Lascas de Cordeiro; Cordeiro Embriagado de Morretes com Bananas Flambadas; Ravióli de Hortelã Recheado com Cordeiro e Lâminas de Amêndoas; Farofa de Miúdos de Cordeiro; Cordeiro Guarapuava ao Molho Casa Vecchia, entre outros.
07/11/2015 a 08/11/2015	Quatro Pontes	RIPPENFEST	Tradicional festa gastronômica onde o principal prato é o costelão e cujo número de peças, 65 ao todo, são assadas inteiras motivando a participação de aproximadamente 1300 pessoas que se deliciam com o saboroso prato.
08/11/2015 a 08/11/2015	Curitiba	7ª Festa da Leitoa Campeira	Leitoas recheadas e marinadas são assadas e acompanhadas de saladas feitas com produtos orgânicos, inclusive pinhão, fazendo a delícia dos participantes.
08/11/2015 a 08/11/2015	Maripá	Festa do Frango Desossado e Recheado	O município promove o evento gastronômico com seu prato principal o Frango Desossado, em que visitantes e moradores confraternizam-se degustando o delicioso frango, além de baile com eleição da Rainha da Festa.
08/11/2015 a 08/11/2015	Toledo	21ª Festa da Ovelha e do Costelão ao Fogo de Chão	A tradicional festa reúne os melhores assadores de ovelha e do costelão, acompanhados de saladas variadas, cucas e pães, em uma saborosa confraternização entre moradores e visitantes.
15/11/2015 a 15/11/2015	Missal	11ª Festa do Cupim	Reúne centenas de apreciadores de cupim acompanhado de saladas em um almoço de confraternização organizado por uma equipe de futebol amador.
21/11/2015 a 21/11/2015	Sengés	11ª Festa do Porco no Rolete	Os participantes têm a oportunidade de saborear o porco assado inteiro no rolete em uma alegre confraternização de cunho beneficente.

27/11/2015 a 27/11/2015	Guarapuava	13º Costelão Beneficente	A deliciosa costela é degustada assada à moda dos Dois Fogos no Chão, em uma alegre confraternização de caráter beneficente.
27/11/2015 a 06/12/2015	Ponta Grossa	26 º Münchenfest	Festa folclórica de caráter gastronômico com bandas nacionais e internacionais pratos típicos de vários países, apresentações de grupos folclóricos, shows artísticos, concurso da Rainha da Festa, venda de artesanato, bailes diários e muito chopp, fazem parte da programação.
29/11/2015 a 29/11/2015	Renascença	Jantar Italiano	Integrando as festividades de aniversário do município, o jantar é uma homenagem aos desbravadores da região, sendo animado por show baile.
03/12/2015 a 06/12/2015	Bom Sucesso do Sul	11ª Festa do Leitão Desossado na Grelha	Inserida nas festividades de aniversário do município que apresenta seu prato típico reunindo aproximadamente 7000 participantes de toda região Sudoeste do Paraná.
04/12/2015 a 05/12/2015	Céu Azul	22ª Kerb Fest	Jantar típico da colônia alemã com cardápio como: eisbein (joelho de porco); mandioca e saladas. Conta também com barracas onde é servido o chopp tradicional, além de outras bebidas.

Fonte: Site da Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná.