

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS I  
BACHARELADO EM TURISMO E HOTELARIA

Mirian Karoline Assunção da Silva Mascarenhas  
Rodrigo Rocha de Oliveira

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: UM TRIÂNGULO AMOROSO ENTRE TURISMO,  
CULTURA E CINEMA NO FILME “DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS”.**

SALVADOR  
2012

MIRIAN KAROLINE ASSUNÇÃO DA SILVA MASCARENHAS  
RODRIGO ROCHA DE OLIVEIRA

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: UM TRIÂNGULO AMOROSO ENTRE TURISMO,  
CULTURA E CINEMA NO FILME “DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS”.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
a obtenção do grau de Bacharel em  
Turismo e Hotelaria, da Universidade do  
Estado da Bahia - UNEB.

Orientadora: Profa. Dra. Natalia Coimbra  
de Sá

SALVADOR

2012

MIRIAN KAROLINE ASSUNÇÃO DA SILVA MASCARENHAS  
RODRIGO ROCHA DE OLIVEIRA

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: UM TRIÂNGULO AMOROSO ENTRE TURISMO,  
CULTURA E CINEMA NO FILME “DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS”.**

Comissão Examinadora:

---

Orientador: Profa. Dra. Natalia Coimbra de Sá  
Doutora em Cultura e Sociedade

---

Banca Examinadora: Profa. Dra. Francisca de Paula da Silva  
Doutora em Educação

---

Banca Examinadora: Profa. Rosana Santana dos Reis  
Especialista em Administração

Resultado: \_\_\_\_\_

Salvador, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2012.

“A mente que se abre para uma nova  
ideia, jamais voltará ao seu tamanho original”.

*Albert Einstein*

À vida, por ter me levado por vários caminhos até chegar aqui.  
À minha família, por sempre me ter me dado os pilares necessários.

A Deus.

E a todos que conviveram comigo durante esse período.

*Mirian Karoline Assunção da Silva Mascarenhas*

À Inveja, ao Olho Gordo e ao Pessimismo, por terem  
me dado tanta força para vencer todos os meus obstáculos, com amor.  
A Luana Barbosa (*in memoriam*), pelo apoio à não desistência desta graduação  
ainda em seus períodos iniciais.  
A mim mesmo, porque só eu sei o que passei e sofri para chegar até esta etapa da  
minha vida.

*Rodrigo Rocha de Oliveira*

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus sem nada sei e nada sou.

À nossa orientadora, Natalia Coimbra pela segurança, paciência, incentivo e principalmente por acreditar em nós.

Às Professoras Rosana Reis e Profa. Dra. Francisca de Paula, pelas generosas sugestões realizadas nas Bancas de Qualificação e de Defesa.

As Professoras Dras. Carmen Lucia e Rosali Fernandes, na construção do projeto e orientações das melhores escolhas para o tema.

À minha família – minha mãe Rosane, meu pai Walter, meu noivo Nigel; minhas avós Adelia e Miriam, verdadeiros pilares da minha educação; meus avós Getulio e Ademario; meus tios e tias, em especial as tias Dione Almeida, Maria do Carmo e Najara Mascarenhas; aos primos e primas sempre presentes em minha vida.

Aos amigos – Rodrigo Rocha, parceiro nessa jornada; Rafaela Almeida, sem ela nada disso seria possível; Carina Mascarenhas, Ana Paula Gomes e Gisella Simões, por me incentivarem e torcerem por mim.

Sou imensamente grata a todos vocês!

*Mirian Karoline Assunção da Silva Mascarenhas*

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus e aos meus queridos espíritos de luz que sempre me acompanharam em todas as minhas escolhas e lutas...

À minha querida professora e orientadora Natalia Coimbra, por ter aceitado uma bomba, em menos de 2 meses para sua finalização, e por ter sido muito mais que uma educadora, mas sim, uma amiga.

A minha mãe, Waldelice e a minha vó Beatriz, por me incentivarem e me aguentarem com tanta paciência durante estes anos de preparação e estudos.

A minha namorada Flávia, por ter sido tudo na minha vida no momento mais delicado. Por ter me apoiado, incentivado, me fazer sorrir, por secar minhas lágrimas, por me ajudar a pesquisar, fazer levantamentos e visitas à Fundação Casa de Jorge Amado e por nunca ter me deixado desistir em hora alguma, sacrificando, inclusive, suas férias.

Aos meus amigos: Ananaíra Rios, Débora Miranda, Tiago Marinho, Andréia Farias, Talita Figueiredo, Yasmin Braz, Wanessa Franco, Eva Teixeira, Catarina Cheto, Laís Barreiros, Fernanda Viana, Maria Auxiliadora, Hille Peixoto, Walesca Barros e Adriana Lemos por vivenciarem essa fase trabalhosa.

Um agradecimento especialíssimo a Rafaela Nascimento, que é muito mais que apenas nossa secretária do colegiado... É um anjo, uma amiga!

Às professoras Rosali Fernandes, Rosana Reis, Francisca de Paula, Ariadna Bandeira, Tadeu Belo por todos estes meus 6 anos e meio de aprendizado.

*Rodrigo Rocha de Oliveira*

## RESUMO

O turismo tem relação direta com a cultura de um povo. Mais que buscar paisagens e lugares paradisíacos, o turista procura por novas experiências. A fim de possibilitar essa experiência foi definida como temática principal do trabalho, a relação entre turismo, cultura e cinema através da análise do filme “Dona Flor e seus dois maridos”, utilizando-o como tema de um roteiro turístico para potencializar a experiência cultural dos turistas e visitantes no Centro Antigo de Salvador. Assim, delimita-se o problema a ser investigado por esse trabalho: como transformar os cenários e histórias do filme “Dona Flor e seus dois maridos” em um roteiro turístico cultural em Salvador? Através do cinema há uma divulgação da cultura de uma localidade. Ao ver uma imagem de um lugar ou uma cena que demonstre a cultura local, nasce no espectador a vontade de conhecer aquela localidade. O turismo cinematográfico é um novo segmento do turismo que une esses três pilares – turismo, cultura e cinema – numa relação de mútuo benefício para eles. Ao estudar o turismo cinematográfico, pode-se observar a existência de casos de sucesso em vários países, locais onde o turismo se desenvolveu através da divulgação e interferência do cinema. Mas, para tal fim, fez-se necessário investimento dos governos locais tanto na produção audiovisual, quanto no *marketing* e estrutura para recepcionar o turista, como é o caso de maior sucesso no mundo, a Nova Zelândia, que através dos filmes “O Senhor dos Anéis” passou a atrair turistas de todas as partes do mundo. No Brasil e na Bahia os filmes transformados em roteiros ainda são poucos. O filme “Dona Flor e Seus dois maridos”, que é objeto desse estudo, retrata o cotidiano baiano, utilizando como cenário o centro antigo da cidade de Salvador, de forma a criar um roteiro turístico que poderá aliar as experiências do turismo, cultura e cinema para benefícios dos turistas e da comunidade local.

Palavras-chave: Turismo. Cultura. Cinema. Turismo cinematográfico. Roteiro. Dona Flor e seus dois maridos. Jorge Amado.

## RESUMEN

El turismo es directamente relacionado con la cultura de un pueblo. Más que buscar paisajes y lugares hermosos, los turistas están en busca de nuevas experiencias. Para habilitar esta experiencia fue definido como tema, la relación entre el turismo, la cultura y el cine a través del análisis de la película *“Dona Flor e seus Dois Maridos”* utilizando el como un tema para un guión turístico para mejorar la experiencia cultural de los turistas y visitantes del Centro Antiguo de Salvador. Así surge el problema a ser resuelto por este trabajo, la manera de transformar los escenarios y las historias de la película *“Dona Flor e seus Dois Maridos”* en un guión turístico cultural en el Salvador? A través de la película hay unacultura de la difusión de una ciudad. Al ver un imagen de un lugar o una escena que muestra la cultura local es nacido en el espectador el deseo de conocer ese lugar. El turismo cinematográfico es un nuevo segmento de turismo que une a estos tres pilares, el turismo, la cultura y el cine – en una relación de beneficio mutuo para ellos. Al estudiar el turismo cinematográfico se puede mirar la experiencia de historias de éxito en muchos países, lugares donde el turismo se desarrolló a través de la difusión e interferencia del cine. Pero para esto era necesario para la inversión tanto de los gobiernos locales en la producción audiovisual, *marketing* y estructura como para dar la bienvenida al turista, como es el caso de mayor éxito en el mundo, la Nova Zelandia, que a través de la película *“O Senhor dos Anéis”* trajeran turistas de todo el mundo. En Brasil y en Bahía siguen siendo unos pocos guiones que se convirtieron en películas. La película *“Dona Flor e seus dois maridos”* que es objeto de este estudio retrata la vida cotidiana de Bahía, con el centro antiguo de Salvador como escenario, que podría convertirse en un destino turístico en que se pueden combinar las experiencias de turismo, la cultura y el cine para beneficiar a la comunidad local y turistas.

Palabras llaves: Turismo. Cultura. Cine. Turismo cinematográfico. Guión. *Dona Flor e seus dois maridos*. Jorge Amado.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>                             | <b>11</b> |
| <b>2. TURISMO, CULTURA E CINEMA</b>              | <b>14</b> |
| 2.1 TURISMO                                      | 14        |
| 2.2 CULTURA                                      | 18        |
| 2.3 CINEMA                                       | 22        |
| <b>3. TURISMO CINEMATOGRAFICO</b>                | <b>28</b> |
| 3.1 CENÁRIO MUNDIAL                              | 28        |
| 3.2 CASO O SENHOR DOS ANÉIS: NOVA ZELÂNDIA       | 34        |
| 3.3 TURISMO CINEMATOGRAFICO NO BRASIL E NA BAHIA | 39        |
| <b>4. DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS</b>          | <b>49</b> |
| 4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÉPOCA                    | 49        |
| 4.2 HISTÓRICO DA OBRA CINEMATOGRAFICA            | 52        |
| 4.3 DONA FLOR: PROPOSTA DE ROTEIRO               | 56        |
| <b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                   | <b>67</b> |
| <b>REFERÊNCIAS</b>                               | <b>70</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo no Brasil ainda não tem todo seu potencial explorado. Há vários segmentos e nichos de mercado que ainda precisam ser mais bem desenvolvidos. Nessa atividade, o segmento do turismo cultural é uma importante vertente, pois a cultura demonstra o cotidiano e os costumes de um povo. Associado a este segmento foi recentemente criado o turismo cinematográfico.

Entender a relação entre turismo, cinema e cultura é importante para ajudar o desenvolvimento do turismo. A relação citada é bastante complexa e inter-relacionada e, para abordar essas questões, foi definido o seguinte tema: a relação entre turismo, cultura e cinema através da análise do filme “Dona Flor e seus dois maridos”, utilizando-o como inspiração temática para um roteiro turístico que busca potencializar a experiência cultural dos turistas e visitantes no Centro Antigo de Salvador.

Visando entender melhor essa relação e buscando contextualizar com a Bahia, foi elaborado o seguinte problema: como transformar os cenários e histórias do filme “Dona Flor e seus dois maridos” em um roteiro turístico cultural em Salvador? Esta é a principal questão levantada durante a pesquisa e, para responder ao problema, também foram levantadas algumas questões norteadoras que têm por finalidade orientar os passos da pesquisa, são elas: a) qual a relação entre turismo, cultura e cinema?; b) como o cinema pode influenciar no turismo cultural?; c) como transformar filmes em roteiros turísticos culturais?

Para se chegar a uma conclusão através desse estudo foram estabelecidos alguns objetivos, sendo o objetivo geral: elaborar roteiro cultural temático baseado no filme “Dona Flor e seus dois maridos” como proposta para inserir Salvador no turismo cinematográfico. E, além deste, foram também firmados objetivos específicos para direcionar melhor o trabalho, sendo eles: a) construir conhecimento sobre a relação entre turismo, cultura e cinema no contexto contemporâneo; b) apresentar o segmento do turismo cinematográfico no mundo, no Brasil e na Bahia através de análise de alguns casos de sucesso; c) realizar um estudo de caso do filme “Dona Flor e seus dois maridos” como modelo para a elaboração de um roteiro turístico temático.

A atividade turística cultural no Brasil ainda é pouco estudada e difundida, apesar de ser de tão grande importância, principalmente em um país com uma diversidade cultural tão destacada. Dentro do turismo cultural é muito recente o segmento do turismo cinematográfico, aquele em que os turistas desejam conhecer um destino após assistir a uma obra audiovisual que lhes desperta afinidade, curiosidade ou paixão. Conhecendo a dificuldade de encontrar material disponível para a pesquisa na área, esse estudo dará subsídios para futuras pesquisas acadêmicas, podendo também estimular a implantação deste e de outros roteiros turísticos baseados em filmes.

O presente trabalho científico consta de uma pesquisa de investigação e uma proposta para elaboração de roteiro turístico cinematográfico na cidade do Salvador e sua apropriação pelo turismo cultural, dando ênfase ao cenário da obra “Dona Flor e seus dois maridos”.

Trata-se de um estudo de caso simples feito a partir da análise do filme “Dona flor e seus dois maridos”. Este método, segundo Gaya (2008, p.107), “orienta-se pela necessidade de compreensão profunda de uma realidade singular”. O que é complementado por Goldenberg (2000, p.33), ao afirmar que “supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno estudado a partir da exploração intensa de um único caso”.

Para embasar os estudos, foi feita análise bibliográfica sobre o presente tema através de livros, monografias, dissertações, teses, artigos e estudos oficiais; e documental, com pesquisa em revistas e jornais da época, reportagens e fotografias, principalmente na Fundação Casa de Jorge Amado. Contudo, a ênfase nos detalhes referentes a Jorge Amado e ao filme “Dona Flor e seus dois maridos” não pode contar com a contribuição de entrevistas devido ao mês de agosto de 2012 ser a comemoração do centenário do autor baiano, quando estavam sendo programadas diversas palestras e atividades culturais espalhadas pela cidade. Dessa forma, os profissionais envolvidos com o estudo e a difusão de sua obra encontravam-se indisponíveis durante os meses em que foi desenvolvida a pesquisa.

Dando continuidade, foram apresentados estudos de caso de sucesso, nacionais e internacionais, como “O Senhor dos Anéis”, “O Código da Vinci” e “O auto da compadecida” de forma a compará-los posteriormente ao estudo de caso proposto do filme “Dona Flor e seus dois maridos”. O método comparativo

(ANDRADE, 2010, p.121) consiste em verificar semelhanças e explicar divergências entre os casos selecionados, buscando informações de pesquisa e/ou projetos já realizados em outras localidades que utilizaram a beleza paisagística local, a cultura e o cinema para incrementar o seu potencial turístico.

A estrutura do trabalho de conclusão de curso inicia-se com a presente introdução, onde é apresentada de uma forma geral o trabalho que foi desenvolvido.

No segundo capítulo é abordada a inter-relação entre turismo, cultura e cinema, demonstrando como um pode se relacionar com o outro e como os três fazem parte de uma proposta conjunta que surge com o nome de turismo cinematográfico. Assim, o cinema reproduz a cultura de forma a revitalizá-la e conservá-la, instigando o espectador a conhecer a localidade ali retratada.

No terceiro capítulo é feita a apresentação de casos de sucesso já existentes em outros países, no Brasil e na Bahia, dando ênfase ao caso de maior sucesso no mundo quanto ao turismo cinematográfico, “O Senhor dos Anéis”, que traz vários elementos relevantes sobre a relação entre turismo, espaço e cinema.

No quarto capítulo é apresentada a proposta de um roteiro turístico na cidade de Salvador, baseado no filme de um dos autores baianos mais traduzidos no mundo, Jorge Amado. O caso do filme “Dona Flor e seus dois maridos” e a proposta de roteiro baseado nesta obra é o objeto de estudo principal da presente monografia. Trata-se de filme que retrata o cotidiano da Bahia, trazendo muitos elementos da sua cultura e dos costumes de seu povo e que se apropria de um dos cenários mais belos e conhecidos do mundo, o Pelourinho, no centro histórico da cidade de Salvador, com mais de 450 anos de história.

## 2. TURISMO, CULTURA E CINEMA

Nesta primeira etapa do estudo, os conceitos analisados servirão de pré-requisitos para todo o desenvolvimento posterior da pesquisa. Turismo, cultura e cinema são os pilares coexistentes na formação conceitual de uma segmentação ainda muito jovem e pouco estudada no âmbito acadêmico, o turismo cinematográfico.

### 2.1 TURISMO

Desde a origem das civilizações, o ato de deslocar-se é muito comum entre os seres humanos. Contudo, com o passar das épocas e as constantes evoluções tecnológicas dos meios de transporte e das comunicações, o diferencial tem sido o questionamento dos motivos que levavam muitas pessoas e muitos povos a esse trânsito.

Nos primórdios, a ação de viajar carregava diferentes possibilidades e responsabilidades, todas referentes às necessidades vitais de moradia e alimentação. Com o domínio da tração animal, da roda, e a construção das carroças, tais como outros motivos – o engatinhar das transações comerciais; o advento das ferramentas de ferro; a maior exploração de bens primários e a crescente inovação tecnológica – incentivaram os povos e as civilizações a buscar novos motivos de viagem:

- Exploração e ocupação de novos territórios.
- Comércio com outros povos e civilizações.
- Motivações religiosas, tal como as Cruzadas.
- Eventos esportivos e culturais: Olimpíadas na Grécia Antiga, os gladiadores, corridas de biga e encenações nos circos romanos.

Por essas razões, as viagens começavam a ser mais frequentes e intensas, auxiliadas, no decorrer, pelas inovações nos meios de transporte e meios de comunicação. A evolução dos transportes fez-se imprescindível para a diminuição do tempo de viagem e aumento no conforto, desde a utilização dos cavalos e meios via tração animal (charretes e carroças), automóveis, trens, barcos e navios, evoluindo até as aeronaves. Em relação aos meios de comunicação, as cartas, telégrafos, rádio, televisão, internet e demais formas de reprodução de mídia, tornaram a acessibilidade e o tempo de chegada das informações cada vez mais rápidas e seguras, além de atingir maior número de pessoas.

A primeira viagem com fins de conhecimento cultural no mundo foi o *Grand Tour*, um fenômeno social aristocrático típico do continente europeu no século XVIII que caracterizou-se por seu cunho prazeroso para os amantes da cultura e para a contemplação das paisagens, ou seja, o antecessor do atual turismo cultural. De acordo com a autora Margarita Barretto (2005), mesmo sendo a palavra turista proveniente da palavra de origem francesa *tour*, trata-se de um conceito inglês, devido ao tempo que a Inglaterra foi ocupada pelos franceses.

Contudo, o principal marco e consolidador do turismo como atividade econômica se deu a partir de Thomas Cook, um vendedor de bíblias inglês que analisando a distância que percorrera para participar de um encontro do grupo em que participava contra o alcoolismo, percebera que, para o próximo encontro, em outra cidade distante, ele poderia alugar um trem para levá-lo e aos colegas, comprando assim as passagens e revendendo àqueles que desejavam ir. Cook reuniu cerca de 570 pessoas para a viagem de trem a Loughborough, incluindo transporte, acomodações e lista de atividades a serem realizadas na Liga. Este foi considerado como o primeiro pacote turístico da história.

A inovadora ação de Cook marcou definitivamente a entrada do turismo na configuração econômica (BARRETO, 2005). O fluxo de entrada de riquezas advindas do turismo gerava impactos diretos e indiretos no desenvolvimento das sociedades, tal como ainda o faz até os dias atuais. A atividade turística adquiriu um peso maior no cenário econômico mundial passando a ser compreendida como um sistema de relações entre serviços em diferentes segmentos.

Esse fenômeno do turismo foi caracterizado pela relação de suas três variáveis entre si – relações ambientais, organização estrutural e ações

operacionais – desenvolvendo dinamicamente seus componentes em um sistema de contribuições e conflitos.

Devido à grande dificuldade de englobar todos os aspectos caracterizantes da atividade conhecida como turismo, tem-se também a mesma dificuldade em conceituá-la. Ao longo do seu estudo, diversas abordagens e conceitos foram criados, tentando suprir as necessidades e especificações dos diferentes enfoques dados. Parte-se da seguinte definição de turismo:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE *apud* IGNARRA, 2003, p.13)

A partir do exposto acima, percebe-se que os ganhos conceituais adquiridos pelo turismo no desenvolver de sua criação tornaram-no uma atividade mais abrangente do que um simples ato de deslocar-se. Levando em consideração a citação anterior, o turismo como fenômeno social começa a ser exigido de forma diferenciada e exclusiva por aqueles que consomem seus serviços, sendo a motivação o principal aspecto na realização do mesmo.

Concomitantemente, há de notar-se que as pessoas têm gostos e preferências diversificadas, devido à sua personalidade própria e às influências socioculturais. Todavia, alguns desses comportamentos se assemelham, e mesmo povos de culturas e hábitos diferentes podem apresentar afinidades em algum interesse. Visualizando essas singularidades, o mercado turístico tratou de se reformular, passando a tratar cada grupo de turistas afins de uma forma particular e única. Conforme observa-se a seguir:

Segmentar o mercado é dividi-lo em grupos de consumidores potenciais em função de semelhanças de comportamento ou necessidades, ou algum critério específico que ajude o profissional de marketing a entender os padrões de consumo e suas preferencias de produtos. (REIS; MANDETTA, 2003, p. 166).

Ao analisar o conceito, é perceptível que a segmentação de mercado é uma estratégia de *marketing* que visa à homogeneização das partes, ou seja, decompor o mercado em grupos de interesse a fim de melhor trabalhar e conquistar o público

alvo ou nicho de consumo, diferenciando assim seu produto de possíveis concorrentes.

Contudo, quando a segmentação é relacionada ao mercado turístico, a preocupação com determinado público-alvo é ainda mais importante, tendo em vista que os atrativos que a localidade possui são um dos fatores decisivos na realização de uma viagem. Logo, é imprescindível a qualquer órgão governamental e empresas que conheçam bem tal público, no intuito de estarem em condições de receptividade, atenderem às necessidades e superarem qualquer expectativa.

Devido ao desenvolvimento econômico e ao processo de “turistificação” mundial, quando a cada dia novas ofertas de atratividade surgem, o mercado exige melhores planos de competitividade, que supram os anseios e desejos individuais da demanda, direcionando com políticas estratégicas seus produtos e serviços. Um bom exemplo desses direcionamentos políticos é o investimento na segmentação de mercado em períodos de sazonalidade, conhecidos como alta e baixa estação. Dessa forma, a comunidade receptora pode preparar-se para atender os seus públicos alvos em convergência com cada segmento de mercado turístico específico, diferenciando-os. Essa estratégia é fundamental, uma vez que o turista de aventura tem objetivos diferentes do turista cultural, apenas para citar um exemplo.

No decorrer dos anos, o segmento turístico cultural vem ganhando mais espaço no mercado e trazendo um fôlego maior para o ramo, mas ainda assim há muito o que se estudar para entender e conviver melhor com esse segmento turístico. Considerando que:

O turismo cultural engloba todos os aspectos das viagens pelos quais o turista conhece a vida e o pensamento da comunidade receptiva. [...] De outro lado, estimular os fatores culturais dentro de uma localidade é um meio de fomentar recursos para atrair visitantes. O turismo pode ser estimulado não só como meio de conhecimento, mas também como uma forma de transmitir uma imagem favorável ao visitante. (IGNARRA, 2003, p.176)

O turismo cultural, portanto é uma forma do turista conviver com a realidade local, um modo de conhecer outros costumes e, por isso, esse segmento tem crescido graças à curiosidade e à vontade do turista em vivenciar novas experiências.

A cultura possui, assim, um papel relevante para desenvolvimento do turismo, uma vez que estimula a visitação turística trazendo até mesmo para comunidades pequenas e consideradas subdesenvolvidas visitantes de todas as partes para conhecer não só as paisagens desses locais, mas também o modo de vida das pessoas que ali residem e vivenciar experiências que só podem ser conhecidas nessas comunidades. Ao receber esses visitantes, há uma relação mútua de troca de conhecimentos onde o visitante conhece o modo de vida desse povo e deixa recursos econômicos trazendo melhorias para a comunidade que poderão contribuir para o desenvolvimento local.

## 2.2 CULTURA

Cultura é uma palavra que aparece em fins do século XIII e etimologicamente vem do latim, significando originalmente “cultivo da terra”. Mais tarde passou a ser pensada também como o cultivo da mente e do intelecto. Deste termo também deriva o termo “culto”, dando um maior sentido a essa nova significação, que está relacionada ao ato de pesquisar, estudar, conhecer, se tornar culto ou adquirir cultura (CUCHE, 2002).

A pluralidade da cultura no mundo torna cada dia mais difícil e interessante a busca por conhecimento de novos costumes. Conhecer outros lugares está associado a se tornar mais culto e o ato de obter novos conhecimentos, a se modificar.

A cultura de um povo é uma demonstração de seu cotidiano, dos seus costumes, como vivem, se alimentam, se vestem. Muitas são as definições de cultura que tentam demonstrar como as manifestações culturais podem traduzir ou representar um povo.

Segundo Giddens e Sobral (2009, p.46), “A cultura consiste nos valores de um dado grupo de pessoas, nas normas que seguem e nos bens materiais que criam”. Ou seja, cultura é a identidade cotidiana de uma sociedade. Falar em cultura é muito mais abrangente do que falar de uma sociedade, pois é falar do comportamento que determinados grupos têm. Em uma mesma cidade ou mesmo

numa região dessa podem haver vários tipos de cultura diferentes, pois cada grupo social possui culturas próprias.

A cultura é mutável, inconstante, pois cada povo ou grupo de pessoas não vive isoladamente. Pessoas e costumes interagem entre si e quando um determinado grupo resolve se deslocar, ou mesmo receber uma pessoa de outro grupo, os seus hábitos acabam sofrendo influência dessa nova bagagem cultural trazida por outra pessoa. As práticas de um povo, seus hábitos, leis e cotidiano estão em constante transformação, para se adaptar a novas realidades. A criação do computador e da internet é um grande exemplo na atualidade dessa transmutação pela qual passam as sociedades através dos tempos. Graças às novas tecnologias, tudo ficou mais próximo e rápido. E para acompanhar essas transformações, o dia a dia se modificou, as leis precisaram ser revistas e reformuladas, provocando, no mundo todo, uma grande transformação cultural.

Por outro lado, há também uma grande necessidade de conservação da cultura, para que não se perca a diversidade cultural dos povos, principalmente alguns elementos mais tradicionais da cultura que são ligados à história local. Segundo o Ministério do Turismo (MTur), o patrimônio cultural e histórico é constituído por bens de natureza material ou imaterial que revelam identidade e memória das comunidades. São considerados bens culturais aqueles que agregam valor científico, artístico, histórico e simbólico às atrações turísticas, edificações, museus, manifestações culturais, festas. Patrimônio cultural é toda manifestação material ou imaterial dos costumes de uma comunidade, como a música, o artesanato, o teatro, o cinema, as danças folclóricas, os museus, as obras de arte e tudo aquilo que se refere à cultura (BRASIL, 2010a).

O patrimônio cultural é subdividido em dois tipos, material e imaterial. O patrimônio material que é constituído de móveis, como acervos bibliográficos, musicológicos, videográficos, cinematográficos e imóveis, núcleos urbanos, sítios arqueológicos e bens individuais. Os patrimônios imateriais são práticas e representações culturais que proporcionam aos indivíduos e às comunidades o sentimento de identidade.

É importante entender o patrimônio cultural para entender como a sociedade se comporta e o que deve ser conservado na cultura de um povo. Cada cultura tem suas próprias manifestações e costumes, isso é o que chama-se de patrimônio cultural e que deve ser valorizado em uma comunidade.

Ainda de acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010a), com o renascimento italiano surgem no mundo as primeiras viagens de interesse cultural, visando conhecer sítios históricos e arqueológicos que serviram de inspiração para as obras de artistas como Leonardo Da Vinci e Michelangelo. Viagens essas que eram feitas pela aristocracia da época, com maiores condições de deslocamento. E foram inspiradas por essas viagens renascentistas que nasceu o já citado *Grand Tour*.

O *Grand Tour* era assim chamado porque podia durar anos, uma vez que era uma grande viagem por diferentes cidades européias consideradas como berços da civilização. Surgiram, portanto, as viagens de cunho cultural, a partir da necessidade do homem de conhecer suas origens e saber como vivem as pessoas nas diversas cidades do mundo.

A relação entre turismo e cultura nasce dessa vontade de conhecer outras culturas, sendo o turismo cultural hoje considerado como um dos mais populares segmentos da atividade. De acordo com Ministério do Turismo:

O Turismo Cultural implica em experiências positivas do visitante com o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a favorecer a percepção de seus sentidos e contribuir para sua preservação. Vivenciar significa sentir, captar a essência, e isso se concretiza em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se às formas de interação para conhecer, interpretar, compreender e valorizar aquilo que é o objeto da visita; a segunda corresponde às atividades que propiciam experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do atrativo motivador da visita. (BRASIL, 2010a, p.16)

Ou seja, do ponto de vista do turismo, a cultura é um segmento imprescindível para o seu desenvolvimento, uma vez que é uma das motivações mais usadas para viajar. Mayanaki e Murta (2007) defendem que:

Qualquer que seja o motivo da viagem haverá sempre um elemento cultural a ser consumido dentre toda a produção associada ao turismo: a gastronomia, a arte, o artesanato ou outros produtos locais, as paisagens naturais e culturais do receptivo, suas festas e celebrações, a música ao vivo nos bares e a cultura viva presente nas ruas. (MAYANAKI; MURTA, 2007, p.19)

Por conseguinte, podemos ver que o visitante que decide conhecer uma nova localidade é também um consumidor de cultura, buscando conviver com a

população local e incorporar esse aprendizado em suas próprias vivências. Os eventos culturais tornam a experiência positiva para o visitante, fazendo com que favoreça a percepção de sentimentos e criando uma eminência para sua conservação. O turismo cultural é um segmento criado para suprir essa necessidade de conhecer o outro. O segmento ganhou tanta notoriedade que foi subdividido em diversos tipos de turismo cultural:

- Turismo Cívico: ocorre em função de conhecer monumentos, fatos e eventos cívicos;
- Turismo Religioso: ocorre em função da busca por eventos e práticas religiosas;
- Turismo Místico e Esotérico: busca por autoconhecimento e espiritualidade;
- Turismo Étnico: busca por vivências com grupos étnicos;
- Turismo Arqueológico: visa conhecer sítios arqueológicos;
- Turismo Gastronômico: busca por novos conceitos gastronômicos;
- Enoturismo: conhecimento de vinhos e vinícolas;
- Turismo Cinematográfico: busca vivenciar locais que serviram de locação para filmes e que trata-se do objeto de estudo desse trabalho.

Em Azevedo (2002), o mesmo define cultura de forma ampla, como a mais abrangente geradora de patrimônio, elemento implícito ao turismo. Entre as novas tendências mundiais do turismo está aquele que se associa ao segmento audiovisual, inovando os produtos turísticos, aumentando a competitividade e, principalmente, funcionando como estratégia de atração turística.

As produções audiovisuais feitas em uma localidade geram toda uma complexa cadeia de empreendimentos, capaz de propiciar novos empregos, como por exemplo, para atores, técnicos, artistas gráficos, costureiras, cozinheiros, pintores e a dinamização nos serviços de hospedagem, alimentação, tudo que envolve a equipe de filmagens.

Citando Bosi (2000) temos que a imagem é uma experiência anterior à palavra, pois o ser humano possui cinco sentidos, e a imagem é a sensação da visão, uma vez que é a partir dos olhos que se tem as formas do mar, do sol, de um prédio e através deles entendemos a dimensão, as cores, o perfil. A imagem é uma

forma de presença que substitui o contato direto. Por isso, o cinema tem em si o papel de reproduzidor da realidade. Ir ao cinema para assistir um filme é mais que uma experiência sensorial, é criar no imaginário do espectador uma realidade paralela.

O cinema instiga a curiosidade, podendo funcionar como promotor da localidade filmada. A imagem reproduzida numa tela de cinema é a recriação de um espaço físico que atrai a atenção do espectador para aquele destino. Quantas vezes ao olhar uma paisagem num vídeo, o telespectador não tem despertado o seu interesse por ver com os próprios olhos o que foi visto ali representado?

Nessas condições, as produções audiovisuais, representando as paisagens, a cultura e o cotidiano de um lugar funcionam como *marketing* cultural, uma vez que estimulam a visitação turística. Dessa forma, o audiovisual é uma importante ferramenta de divulgação da cultura local, mostrando o dia a dia, os costumes, seu patrimônio material e imaterial.

### 2.3 CINEMA

Produtor de sonhos e de críticas, poderosa ferramenta midiática que arrecada bilhões de dólares ao ano e une povos e sociedades ao redor do mundo; o cinema envolve seu público em entretenimento e curiosidade e pode ser considerado como a arte mais completa.

Denominado de “sétima arte” pelo teórico italiano Ricciotto Canudo em 1911 (CUNHA, 2011), o cinema engloba aspectos peculiares que abrangem as mais variadas artes.

Nós somamos todos os elementos da vida prática e da vida sentimental, nós casamos a Ciência e o ideal da Arte, os aplicando numa e noutra para captar e fixar os ritmos da luz. É o Cinema. A sétima arte concilia assim todas as outras. Telas em movimento. Artes Plásticas se desenvolvendo segundo as normas da Arte Rítmica (CANUDO *in* CINECCITÀ, 2007, *s/p*).

Esta riqueza e complexidade de aspectos e características, aliada à criatividade e ao entretenimento, foi ganhando corpo através dos anos e das

evoluções tecnológicas e dando asas a essa “máquina de sonhos”, tornando-se um poderoso meio midiático e uma fundamental ferramenta de divulgação cultural.

Contudo, a indústria cinematográfica não nasceu da noite para o dia. O cinema não se tornou cinema através de um único passo. A constituição historiográfica do cinema remete aos primeiros passos do processo civilizatório. De acordo com Battistoni Filho (1989) os egípcios, através de suas pinturas, abordavam a representatividade dos movimentos em seu dia a dia. O mesmo pode ser observado em relação às pinturas rupestres feitas pelos homens primitivos.

Os avanços científicos nas áreas das ciências naturais, como Física e Química, alavancaram os conhecimentos primordiais para um caminho evolutivo que até os dias atuais surpreende. No século XV, o gênio italiano Leonardo da Vinci, realizou um experimento de projeção da luz em superfícies distintas conhecido como câmara escura, que consistia numa caixa fechada possuindo um orifício com uma lente oposta a um vidro fosco que permitia a passagem de luz, invertendo assim a imagem refletida do objeto em foco. No século XVII, o alemão Athanasius Kirchner, criou a Lanterna Mágica, utilizando-se do princípio inverso ao de Da Vinci (MELO, 2009).

O século XVIII foi marcado primeiramente pelo princípio que os sais de prata eram sensíveis à exposição da luz e que, pouco tempo depois, fixados a uma placa metálica, iodada, captariam em uma fita de celuloide, a imagem, surgindo assim a fotografia. Esse feito foi considerado espantoso para muitos na época, já que imagens e retratos eram exclusividade de aristocratas e burgueses, e realizados por pintores que, tratavam a fotografia como a “mercantilização da arte” (ANDRADE, 2002).

O físico e político francês François Arago, em uma defesa de Tese na Academia de Ciências e Artes, no Instituto Francês, disse:

Quando os inventores de um novo instrumento o aplicam a observação da natureza, o que eles esperavam da descoberta é sempre uma pequena fração das descobertas sucessivas, em cuja origem é o instrumento. (BENJAMIN *apud* ANDRADE, 2002, p.34)

A citação de Arago, em 1839, parecia idealizar os diversos avanços que estariam por vir na consolidação da fotografia como precursora do cinema. Em 1892, Thomas A. Edison apresentou um aparelho chamado de Cinetoscópio, que

registrava imagens fotográficas dentro de uma caixa, por meio de roldanas internas, podendo ser observado por apenas uma pessoa por vez.

Contudo, os historiógrafos do cinema creditam aos Irmãos Lumière, o título de “pais” do cinema. Louis-Jean e Auguste-Marie, em fevereiro de 1895, combinaram o Cinetoscópio de Edison com o “fuzil fotográfico” de Etienne Marey e patentearam um invento chamado de “*Cinematographo*”, uma caixa de madeira movida manualmente por uma manivela que dava movimento aos fotogramas a uma velocidade de 16 a 18 *frames* (quadros) por segundo.

Em 28 de dezembro de 1895, os irmãos Lumière alugaram o subsolo do *Le Grand Café* e cobraram um franco por pessoa a entrada, ocupando todos os 33 lugares do espaço e exibiram em torno de dez filmes animados, com duração entre 40 a 50 segundos cada, dos quais, dois destacaram-se pela forma como impressionaram o os presentes: “A saída da fábrica Lumière” (*La Sortie de l'usine Lumière à Lyon*) e “A chegada de um trem na estação” (*L'Arrivée d'un train en gare de la Ciotat*). Foi a primeira exibição pública, paga e com êxito. Depois, notando o sucesso da invenção, começaram a expandir suas apresentações pelo próprio país, para alguns países europeus, chegando até, em 1896, à América, através de Nova Iorque (TURNER, 1993; HAYATA, MADRIL, 2009).

Na mesma época, George Méliès, um ilusionista responsável por um teatro vizinho à cafeteria utilizada para as primeiras exibições e às quais pode assistir, tentou adquirir o cinematógrafo. Embora recebendo uma resposta negativa à sua oferta, seu tino artístico o levou a adquirir um projetor e instalá-lo em seu local de apresentações. Iniciava-se então um novo passo do cinema no cenário mundial. Tendo Méliès experiência com mágica, fez com que essa nova atividade começasse a ser vista como entretenimento. Seu papel para a potencialização do cinema foi fundamental, adicionando a este, técnicas de efeitos visuais e narrativas; o cenário e o figurino ganharam novos aspectos e, principalmente, a trucagem, que consiste num truque cinematográfico onde a câmera, posicionada na vertical, filma objetos na horizontal.

Segundo Machado (1997, p.24): “O novo sistema de expressão, assim que ganhou forma industrial, impôs-se esmagadoramente como território de manhas do imaginário, mantendo-se fiel aos seus ancestrais mágicos pré-industriais”.

Essa característica do cinema como indústria passou a ser percebida na primeira década do século XX por países como os Estados Unidos, que viram na

fantasia todo o seu potencial lucrativo, investindo assim na infraestrutura necessária para atingir cada vez mais os mercados internacionais. Outro personagem fundamental neste aperfeiçoamento foi o diretor David Griffith que desenvolveu e consolidou a linguagem cinematográfica como arte independente e rebuscou as filmagens da época com técnicas como o *close*, a movimentação de câmeras e o melodrama, muito comuns nas comédias burlescas daquela época.

O cinema é uma linguagem que foi se constituindo ao longo de suas primeiras décadas, ao mesmo tempo em que construía seu público, acostumando-o a convenções que permitiam sua percepção como uma narrativa (RIVERA, 2008, p. 13).

Seguindo o raciocínio de Rivera e a introdução das técnicas de Griffith, consegue-se visualizar a acessibilidade do cinema para com o seu público, em massa, sem distinção, exatamente pela simplicidade da linguagem apresentada e narrativa melhor elaborada. A cena e a sequência dinamizam-se entre ações e reações, centrando-se num personagem principal. A indústria cinematográfica começa a conquistar grande importância econômica em países como Estados Unidos e Índia.

Porém, até o momento, a potencialidade cinematográfica ainda estava adormecida, visto que a *Bell Telephone Co*, em 1926, ofereceu a variados estúdios hollywoodianos uma nova possibilidade tecnológica, um aparelho de sincronização entre som e imagem. O cinema mudo, até o surgimento desta proposta, utilizava-se de orquestras e pianistas que tocavam ao fundo, numa tentativa de abafar o barulho realizado pelos equipamentos cinematográficos, porém, desorientados dos conteúdos dos filmes e sem a lógica das sequências: uma cena que expressasse alegria poderia conter uma melodia tristonha e vice-versa. Felizmente, a *Warner Brothers Co*, abrindo mal de suas últimas reservas, adquiriu tal aparelho chamado *Vitaphone*. Era o fim do cinema mudo.

Sendo contra o cinema sonoro e criticando a sonorização como forma de aniquilação a grande beleza do silêncio e assim, da arte, Charles Chaplin atacou: “As tradições da pantomima que tentamos estabelecer na tela com tanta dificuldade e a partir das quais a arte cinematográfica deve ser julgada” (CHAPLIN *apud* AUMONT, 1995, p.48).

Mesmo diante do desabafo, o que se viu foi o prevalecimento do sonoro como um reforço e amplificador dos reais efeitos, oferecendo aos elementos visuais um

reforço à sua própria ação, ou seja, os elementos sonoros, por atuarem em sentidos de naturezas diferentes aos elementos visuais, apareceriam como complementos as características perceptíveis utilizadas para a apreciação dos filmes (AUMONT, 1995).

No Brasil, o cenário cinematográfico tem como responsável Afonso Segreto, ao filmar a entrada de um navio na Baía de Guanabara, no estado do Rio de Janeiro em 1898. Em 1930, o Cinédia, primeiro estúdio brasileiro é inaugurado também no Rio de Janeiro. Outro grande marco no cinema brasileiro foi a criação da Empresa Brasileira de Filmes (EMBRAFILME) em 1969, porém, esta entrou em decadência nos anos 1980 por ser considerada conservadora demais. Nos anos 1990, a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual, foram estabelecidas no intuito de incentivar as produções culturais e cinematográficas no país (ALMEIDA BUTCHER *apud* HAYATA; MADRIL, 2009)

De acordo com as autoras Hayata e Madril (2009) a revolução continuou se estendendo com a chegada do Grupo *Cinemark* ao país, que trouxe toda uma revolução no quesito exibição cinematográfica, quando se trata de conforto, imagem e sonorização ambiental. Isso fez com que os preços subissem nas bilheterias brasileiras, da mesma forma que funcionou como um atrativo para outras empresas da indústria buscarem espaço e fomentarem a concorrência. Entre elas estavam a *United Cinemas International* (UCI), a *Hoyts/General* e a *Cinebox*. Vale ressaltar que o Grupo Severiano Ribeiro (GSR), fundado em 1917, segundo maior exibidor de filmes do Brasil, está atrás apenas do grupo *Cinemark*.

Esse breve histórico é válido na compreensão do nascimento do cinema como indústria do entretenimento e verdadeira “máquina de sonhos”, da forma como consegue envolver todos os seus espectadores. Considerando esse meio como um formador de opiniões e massiva ferramenta de divulgação e *marketing*, seja de um local, produto ou serviço, a sétima arte compreende e atrai duas fortes características do ser humano – projeção e identificação.

De acordo com Aluizio Trinta (COUTINHO; SILVEIRA JR., 2007, p.151):

Em decorrência, a perda de identidade, de que tantos padecem, angustia e deprime, conduzindo o homem moderno a tentar obter, nos meios de comunicação, além de informação e entretenimento, identificações e projeções possíveis, com relação às pessoas, personalidades e personagens, sejam reais, sejam imaginários.

O pensamento do autor acima é congruente ao pensamento de Edgar Morin (1953) que, em seu capítulo “A alma do cinema”, contido na obra *O cinema ou o homem imaginário*. Para Morin (1983), os homens projetam suas aspirações e receios, tanto em sonhos e imaginações quanto sobre as coisas e os seres. Assim, peculiaridades inerentes do ser humano seriam transfiguradas a coisas materiais e outros seres. Enquanto que, na identificação, o sujeito acaba incorporando o mundo ao qual deveria projetar-se, caracterizando uma ação afetiva (MELO, 2009).

Tais conceitos podem ser apresentados separadamente, porém, ganham muito mais ênfase quando trabalhados em conjunto, visto tamanha assimilação e complementariedade entre si. A relação do espectador dos filmes cinematográficos com o ambiente, história, personalidade dos personagens e a forma como este consegue ver-se inserido na trama, faz do cinema um espelho da realidade. E esse espelho consegue refletir diferentes visões, críticas e conceitos.

As imagens formadas no cinema são, para os olhos, um atrativo. Elas denotam uma necessidade de vivenciar o ambiente, a história. Por isso, o cinema funciona como *marketing* turístico, já que cria no espectador esse desejo. No mundo todo essa necessidade foi notada, nascendo assim um novo segmento do turismo, chamado de turismo cinematográfico.

### 3. TURISMO CINEMATOGRAFICO

Essa seção trará dados importantes para a compreensão do presente trabalho, objetivando responder a questão principal do tema. Como principal referencial teórico para esse capítulo, está o “Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e Audiovisual Brasileiras”. Lançado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a) e que demonstra o interesse do país em desenvolver esse segmento do turismo que já possui potencial comprovado, como pode-se verificar no documento.

#### 3.1 CENÁRIO MUNDIAL

O ser humano sempre teve a grande ambição de reproduzir as imagens de forma a dar movimento a elas. Com o surgimento da fotografia e posteriormente do cinema, conforme já visto, essa realidade ficou mais próxima.

Segundo Reis (2002), o cinema funciona como uma espécie um atrativo que nos cativa pela sensibilidade e emoção. O cinema pode ser considerado como uma espécie de viagem no tempo e espaço, uma transposição da realidade. Em todos os lugares o cinema conquista públicos de vários tipos. As telonas de cinema ficaram cada vez mais acessíveis e conhecidas. O cinema cria uma espécie de realidade alternativa, induzindo o público a embarcar numa viagem pelo tempo e pelo espaço.

A imagem no turismo tem papel fundamental para promoção de uma localidade, pois é através da imagem que o cliente em uma agência escolhe seu destino para viagem. As imagens em movimento tornam no imaginário humano a localidade ainda mais real, possibilitando ao futuro turista uma visão mais ampla do lugar a ser escolhido. O cinema também traz, além da imagem referente à paisagem local, elementos da cultura e do cotidiano das pessoas que ali vivem, tornando a localidade ainda mais atrativa para o público que assiste às produções.

Muitos locais de filmagem são reconhecidos ou descobertos pelo público através de filmes que são exibidos em todo o mundo, o que instiga a curiosidade e

o desejo de ver e vivenciar o local das filmagens. É assim que surge o turismo cinematográfico.

O incentivo à ampliação do turismo cinematográfico gera uma série de benefícios na cadeia produtiva como pode-se entender melhor através da Figura 1 abaixo:

Figura 1 – Ciclo de benefícios do Turismo Cinematográfico.



Fonte: Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e Audiovisuais Brasileiras do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007b, p. 12).

De acordo com a figura nota-se que turismo, cultura e cinema têm uma relação direta e proporcional de benefícios, onde todas as partes têm a ganhar com o incentivo nas produções audiovisuais.

Existe uma sinergia entre turismo e cinema, pois ambas as atividades fazem parte da chamada indústria criativa, segmento da economia que trabalha com o encanto dos sonhos, do imaginário. Suas características são muito similares: ambos têm natureza complexa, são responsáveis por grande parte do PIB do país, gerando empregos diretos e indiretos, incentivando comércio, fazendo parte da economia local. Tanto o turismo quanto o cinema são atividades interdisciplinares, envolvem vários setores, como o econômico e o social transformando a realidade de muitas localidades e, além disso, estão cada vez mais inseridos na globalização pela qual o mundo passa hoje (DIAS, 2010).

Segundo o Ministério do Turismo (MTur), cinema e televisão são ferramentas que viabilizam e ampliam a visitação turística como podemos ver abaixo:

O cinema e a televisão podem ser instrumentos para ampliar a viabilidade de destinos de Turismo Cultural. A utilização de locais de expressivo valor histórico-cultural em cenários e ambientes para as gravações de um filme ou minisséries e novelas, pode despertar o interesse turístico de novos públicos. Essas oportunidades devem ser aproveitadas para o desenvolvimento de outros conteúdos e temas da cultura local, otimizando a ocasião para diversificar a oferta turística existente (BRASIL, 2007a, p.21).

Assim é possível observar que clássicos do cinema mundial inserem locais de filmagem numa realidade nova do turismo, demonstrando o interesse do público neste tipo de turismo: “O fato é que cada vez mais turistas afirmam se inspirar em sucessos do cinema e da televisão para eleger seus próximos destinos” (NASCIMENTO, 2009, p.15). O número de agências de turismo que oferecem pacotes com roteiros de filmes é cada dia maior.

Figura 2 – Roteiro Harry Potter, oferecido por uma agência brasileira.

Fonte: RCA Turismo (2012).

Vários são os exemplos em que turismo e cinema se relacionam de forma a impulsionar os dois mercados. Podemos mencionar adiante alguns exemplos de países que se beneficiaram do turismo cinematográfico.

A África do Sul se tornou uma das locações mais procuradas pelos produtores de cinema com clássicos como “O Senhor das Armas” (*Lord Of War*,

2005), “Entre Dois Amores” (*Out Of Africa*, 1985) e “Diamante de Sangue” (*Blood Diamond*, 2006). De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a) na África do Sul é o *National Film and Video Foundation* (NFVF), fundado em 1997, que tem como missão criar um cenário de desenvolvimento e incentivar a indústria audiovisual. “Em menos de uma década de atuação do NFVF, o esforço fez do audiovisual uma das grandes forças que impulsionam sua economia na atualidade” (BRASIL, 2007a, p.17). E, dessa forma, contribuindo também, de forma associada, para um aumento do *marketing* indireto e da visitação turística ao país.

Na Austrália, alguns fatores contribuem para a facilidade com que o país se insira no turismo cinematográfico. A língua oficial inglesa, aliada à mão-de-obra barata e qualificada, câmbio favorável, trouxeram grande produções do cinema mundial como “Missão Impossível II” (*Mission: Impossible II*, 2000) e “Matrix” (*The Matrix*, 1999) para serem rodados no país. A superprodução “Austrália” (*Australia*, 2008) foi a mais cara produção cinematográfica do país.

Os Estados Unidos da América possuem o mais poderoso mercado audiovisual do mundo “sendo a produção de programas de televisão e filmes de longa-metragem considerada um dos mais vitais e valorizados recursos da nação” (BRASIL, 2007a, p. 25). O filme “Sex and the City” (2008) – baseado na série televisiva homônima que foi sucesso internacional entre 1998 e 2004 – filmado em Nova Iorque, se tornou uma das maiores propagandas recentes que a cidade poderia ter, nos quais os locais de filmagens estão entre os mais procurados pelo público que visita a cidade.

A França é o país mais visitado pelos turistas no mundo, são cerca de 75 milhões de turistas por ano, segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a). No entanto, apesar do seu tradicional protecionismo à cultura local, os franceses também investem de forma estratégica nos benefícios trazidos pelo cinema com as grandes produções norte-americanas. Um marco na produção audiovisual é o filme “O Código Da Vinci” (*The Da Vinci Code*, 2006), cuja história se passa na cidade de Paris, apresentando vários museus, igrejas e pontos turísticos da cidade. Muitas agências de viagens se apropriaram das locações do filme para criar roteiros turísticos, inclusive agências brasileiras.

Na Índia foi filmado o longa “Quem quer ser um milionário?” (*Slumdog Millionaire*, 2008) que, com várias indicações aos principais prêmios da Academia

Americana de Cinema, o *Oscar*, deu um grande impulso ao turismo, contribuindo para a entrada de um maior número de turistas no país.

A Inglaterra, apesar de ser um dos lugares mais caros para uma produção cinematográfica, é responsável por grandes produções. Merece destaque a saga “Harry Potter”, baseada no sucesso literário infanto-juvenil de mesmo nome, e cujos filmes foram lançados entre 2001 e 2011, por ser o principal atrativo do turismo cinematográfico na região, responsável pelo aumento de 20% da visitação turística no país.

Além de todos esses exemplos destacados, por serem os mais expressivos, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a) apresenta uma relação de países que tiveram seu turismo incrementado pela indústria cinematográfica e que são apresentados no Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 – Impactos do Turismo Cinematográfico no mundo.

| <b>IMPACTOS DO TURISMO CINEMATOGRAFICO</b> |  |  |
|--|--|--|
| <b>Filmes ou séries de TV</b>              | <b>Localção</b>  | <b>Impacto em número de visitantes ou faturamento</b>                        |
| Missão Impossível 2                        | Parque Nacionais em Sidney, Austrália                  | 200% de aumento em 2000  |
| Crocodilo Dundee                           | Austrália  | 20,5% de aumento de visitantes norte americanos entre 1981 e 1988            |
| Coração Valente                            | Wallace Monument, Escócia                              | 300% de aumento do número de visitantes depois do lançamento                 |
| Hearthbeat                                 | Goathland, North Yorkshire, Escócia                    | 3 vezes o número médio de visitantes no ano seguinte                         |
| Amargo Pesadelo                            | Rayburn County, Georgia, Estados Unidos                | 20 mil turistas adicionais ao ano com receitas de 2 a 3 milhões de dólares   |
| Dança com Lobos                            | Fort Hayes, Kansas, Estados Unidos                     | 25% de aumento comparado com apenas 7% em média nos 4 anos anteriores        |
| Contatos Imediatos de Terceiro Grau        | Devils Tower, Wyoming, Estados Unidos                  | 75% de aumento em 1975, 20% dos visitantes ainda hoje vem por causa do filme |
| Thelma e Louise                            | Arches National Monument em Moab, Utah, Estados Unidos | 19,1% de aumento em 1991   |
| Campo dos Sonhos                           | Iowa, Estados Unidos                                   | 35,000 visitantes em 1991, crescimento estável anualmente                    |
| Seriado Dallas                             | Southfork Ranch, Dallas, Estados Unidos                | 500 mil visitantes ao ano  |
| Rosas de Aço                               | Lousiana, Estados Unidos                               | 48% de aumento anual depois do lançamento                                    |
| O Último dos Moicanos                      | Chimney Rock Park, North Coraline, Estados Unidos      | 25% de aumento anual depois do lançamento                                    |
| Adoráveis Mulheres                         | Orchard House, Concord, Massachusetts, Estados Unidos  | 65% de aumento anual depois do lançamento                                    |
| Em busca do Soldado Ryan                   | Normandia, França                                      | 40% de aumento de turista norte-americanos                                   |
| O Capitão Corelli                          | Cefalonia, Grécia                                      | 50% de aumento em 3 anos   |
| To the Manor Born                          | Cricket St Thomas, Leisure Park, Inglaterra            | 37% de aumento entre 1978 e 1980   |
| Middlemarch                                | Stamford, Lincolnshire, Inglaterra                     | 27% de aumento em 1994   |
| Quatro Casamentos e Um Funeral             | Crown Hotel, Amersham, Inglaterra                      | Lotado por pelo menos 3 anos   |
| Um Lugar Chamado Notting Hill              | Kenwood House, Inglaterra                              | 10% de aumento em 1 mês  |
| Razão e Preconceito                        | Saltran House, Inglaterra                              | 39% de aumento   |
| Orgulho e Preconceito                      | Lyme Park em Cheshire, Inglaterra                      | 150% de aumento de visitantes  |
| O Senhor dos Anéis                         | Nova Zelândia  | 10% de aumento anual entre 1998 e 2003 apenas do Reino Unido                 |
| Série Harry Potter                         | Várias localções, Reino Unido                          | todas as localções tiveram acréscimo de 50% ou mais                          |
| Sua Majestade Mrs. Brown                   | Osborne House, Ilha de Wight, Reino Unido              | 25% de aumento anual depois do lançamento                                    |
| Nas Montanhas dos Gorilas                  | Ruanda   | 20% de aumento em 1998   |
| A Praia                                    | Tailândia  | 22% de aumento no mercado jovem em 2000                                      |
| Tróia                                      | Canakkale, Turquia                                     | 73% de aumento de turismo  |

Fonte: Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e Audiovisuais Brasileiras do Ministério do Turismo. (BRASIL, 2007a, p.11).

Através do quadro acima entende-se que grandes produções cinematográficas, alcançam um número muito grande de pessoas e instigam em seu imaginário uma realidade do lugar fazendo com que tenham o interesse em conhecer os locais onde foram filmados tais filmes. Esse interesse produz nas localidades um tipo novo de turismo, denominado turismo cinematográfico. Em muitos casos já existe turismo na cidade, porém ele é incrementado pelas obras cinematográficas.

### 3.2 CASO O SENHOR DOS ANÉIS: NOVA ZELÂNDIA

Destacar o caso “O Senhor dos Anéis” (*The Lord of the Rings*, 2001-2003) é importante para um maior entendimento da influência das produções de filmes para ampliação do turismo de uma localidade, pois essa trilogia é o marco divisor entre antes e depois do turismo local. Ainda faz-se pertinente por ser uma obra literária que foi transformada em filme, como o caso que será objeto de estudo neste trabalho. Além deste, também foi pretendido destacar o filme “O Código Da Vinci” (*The Da Vinci Code*, 2006), por ser um exemplo mais parecido com o da pesquisa em termos de relação entre turismo e cultura. Porém este último ainda é um caso pouco estudado e que não apresenta dados publicados, impossibilitando um destaque maior do mesmo.

A Nova Zelândia é atualmente uma das locações mais disputadas para produção de filmes graças à sua geografia, que conta com as mais diversificadas paisagens, e com incentivos fiscais para as produções audiovisuais no país.

A NZFC - New Zealand Film Commission é responsável pelos incentivos e regulamentos da indústria do audiovisual no país. A NZFC não produz filmes, mas investe no desenvolvimento e treinamento da indústria, ajuda na comercialização e marketing, oferece empréstimos e financiamentos e investe em participação nos filmes que precisam de parceiros capitalistas (BRASIL, 2007a, p.28)

Os incentivos fiscais para que os filmes sejam rodados na Nova Zelândia não são por acaso. Antes da trilogia “O Senhor dos Anéis” praticamente não existia

turismo na Nova Zelândia. Mas graças ao sucesso da produção, o aumento no número de turistas gerou novos empregos diretos e indiretos.

Em 2005, a Nova Zelândia faturou com a indústria audiovisual mais de 3,75 bilhões de reais. Segundo a *New Zealand Institute of Economic Research* (NOVA ZELÂNDIA *apud* BRASIL, 2007a), a indústria audiovisual no país cresceu cerca de 8,7% ao ano entre 1997 e 2001, o que aumentou o PIB do país cerca de 3,1%. Isso demonstra que a relação entre crescimento audiovisual e desenvolvimento econômico foi diretamente proporcional.

O crescimento econômico gerado pelas produções audiovisuais precisa ser melhor entendido, pois inclui a geração de novos empregos e, através desse crescimento, traz novas oportunidades de trabalho e melhora a qualidade de vida da população local transformando a realidade das localidades.

Ainda segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a): “O efeito da trilogia ‘O Senhor dos Anéis’ na Nova Zelândia é impressionante e o maior caso de sucesso da história cinematográfica mundial.”

Os filmes foram rodados simultaneamente na Nova Zelândia e lançados ao longo de três anos: “O Senhor dos Anéis: A Sociedade do Anel” (*The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring*, 2001), “O Senhor dos Anéis: As Duas Torres” (*The Lord of the Rings: The Two Towers*, 2002) e “O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei” (*The Lord of the Rings: The Return of the King*, 2003).

Segundo o autor das obras, J. R. R. Tolkien, os filmes ocorrem em outro tempo e espaço, mas que são inspirados em nosso próprio mundo, mais precisamente na Europa mitológica. Trata-se de uma fábula onde Humanos, Elfos, Anões, Ents e Hobbits lutam contra Orcs pelo Anel do poder.

O país inteiro se modificou por conta da trilogia: bares, restaurantes e muitos outros espaços foram construídos ou modificados por conta da temática do filme. Um exemplo de destaque é observado no aeroporto de Wellington, capital da Nova Zelândia, onde na torre de comando, pode-se ver o personagem Gollum agachado almejando o anel (Figura 3).

Figura 3 – Aeroporto de Wellington, Nova Zelândia.



Fonte: Travel Webshots (2012).

Além desse exemplo, existem vários outros, como o teatro de Wellington onde se observa em sua fachada um dragão. E um bar irlandês, no qual se pode ver a flecha do Elfo Legolas cravada na parede. Também foram estampados os rostos dos personagens do filme em duas aeronaves da empresa *Air New Zealand* (Figura 4).

Figura 4 – Aeronaves: O Senhor dos Anéis.



Fonte: Air New Zealand (2012).

Muito foi investido em *marketing* e publicidade na Nova Zelândia após as filmagens e criou-se um verdadeiro mundo mágico de Tolkien (autor dos livros que deram origem à trilogia) no país. Vários são os lugares em Wellington que possuem referências aos livros/filmes “O Senhor dos Anéis”. Um número considerável de agências de viagens usam os cenários dos filmes como roteiros turísticos na Nova Zelândia.

Entre paisagens como vales vulcânicos, praias, montanhas e desertos, muitos outros filmes também foram filmados na Nova Zelândia. Filmes de sucesso internacional do cinema como, por exemplo: “O Último Samurai” (*The Last Samurai*, 2003), “King Kong” (2005), “As Crônicas de Nárnia: o Leão, a Feiticeira e o Guarda-roupa” (*The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe*, 2005) e “As Crônicas de Nárnia: o Príncipe Caspian” (*The Chronicles of Narnia: Prince Caspian*, 2008), que trouxeram mais visibilidade turística para o país, gerando mais empregos, ampliando o comércio local, criando e ampliando o número de agências de viagens especializadas em roteiros de filmes.

Usando ainda dados do Ministério do Turismo como referência oficial:

Em termos de turismo pode-se notar que, após o lançamento do primeiro filme em 2002, "A Sociedade do Anel", o número de visitantes provenientes dos EUA cresceu 9,6% sobre números de 2001 (The Economist – "One Ring to bring them all"). Outro estudo feito pela Monash University, publicado em 2004, mostra que 8,6% dos visitantes ao país foram influenciados pela trilogia do anel, e 95% dos entrevistados identificaram o filme com a Nova Zelândia. (BRASIL, 2007b, p.28)

Portanto, a Nova Zelândia com o exemplo da trilogia "O Senhor dos Anéis" é o modelo para ser analisado quando se fala de turismo cinematográfico, por ser um tipo único no mundo onde o turismo se desenvolveu através do cinema. E é atualmente, o turismo cinematográfico, a segunda principal atividade econômica no país, sendo a primeira a agricultura.

De acordo com Dias (2010), depois do lançamento mundial do primeiro filme em 2002, a trilogia se tornou um *case study*, ou estudo de caso, analisado no mundo todo, pois os números que envolvem os resultados do seu sucesso impressionam (Quadro 1):

Quadro 2 – Aumento de fluxo turístico na Nova Zelândia (entrada de turistas de acordo com sua origem).

| <b>País de origem</b> | <b>Ano 2000</b> | <b>Ano 2006</b> | <b>Evolução (%)</b> |
|-----------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| EUA                   | 167.000         | 220.000         | 131,7               |
| Alemanha              | 44.000          | 58.000          | 131,8               |
| França                | 7.800           | 18.000          | 230,8               |
| Espanha               | 3.000           | 7.000           | 233,3               |
| Brasil                | 3.200           | 8.100           | 253,1               |
| Índia                 | 5.600           | 19.000          | 339,3               |
| Coréia                | 29.000          | 107.000         | 369,0               |
| <b>TOTAL</b>          | <b>259.600</b>  | <b>437.100</b>  | <b>168,4</b>        |

Fonte: Adaptado pelos autores a partir de dados da 1ª. Conferência Internacional Turismo e Cinema (DIAS, 2010, p.11).

O quadro acima demonstra a evolução do turismo na Nova Zelândia, através de um estudo que revela as origens dos visitantes e o aumento do fluxo por origem, após os lançamentos dos filmes "O Senhor dos Anéis". Podemos assim notar que só em números de brasileiros, a evolução foi de 253,1%, totalizando uma média de 168,4% de aumento no número de visitantes que chegam à Nova Zelândia. Dessa

forma, é possível concluir que, se um país investir em produção audiovisual, esse investimento poderá trazer retorno para a economia com o estímulo do turismo e criação de novos empregos.

### 3.3 TURISMO CINEMATOGRAFICO NO BRASIL E NA BAHIA

As seções anteriores exemplificaram a maximização do retorno proveniente dos investimentos no turismo cinematográfico. Este segmento ainda pode ser considerado recente na concepção mundial, mas funciona principalmente como uma potencial ferramenta de divulgação e *marketing* da localidade onde ocorrem as locações, tal como elemento dinamizador da economia autóctone.

O Brasil sofreu duras quedas em seu contexto audiovisual durante o governo do presidente Fernando Collor no ano de 1990, especialmente relacionado ao cinema, com a extinção de órgãos como a Embrafilme e da Fundação do Cinema Brasileiro. Essa foi considerada uma época de crise pelos produtores culturais do país (BERNARDET, 2009). Contudo, a indústria cinematográfica nacional pôde ver uma luz no mercado, com a criação da Lei Rouanet (1991) e a Lei do Audiovisual (1993), dando oportunidade assim para a Retomada do Cinema Brasileiro a partir de então. De acordo com o Informativo “Infocultura” da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SECULT):

*Retomada*, portanto, acabou se transformando na palavra-chave mais adequada e usual para nomear este processo de retorno do cinema brasileiro, não como um movimento de preocupação estética ou social, mas como uma espécie de restauração autorizada. Aqui, é possível identificar um grau de restabelecimento institucional na medida em que alguns filmes começavam novamente a cumprir a função de chegar ao público, através das telas das salas de cinema (BARONE *apud* INFOCULTURA, 2010, p.9, grifos do autor).

Conforme visto na citação acima, houve uma resolução para as dificuldades de produção cinematográfica, entretanto pouco foi visto visando à distribuição e exibição destes filmes no mercado, o que veio a ser campo a ser explorado pela iniciativa privada, que encontraria um mercado dominado por grandes empresas internacionais, notadamente as *majors* norte-americanas (INFOCULTURA, p.10).

Desde então, o cinema brasileiro vem desenvolvendo-se e ganhando um maior alcance, principalmente nas últimas décadas. Todavia, ainda assim, pode ser considerado um país ainda em estágio embrionário na receptividade dos *set-jettters*, como são conhecidos os turistas cinematográficos, aqueles que buscam conhecer localidades que foram cenários de produções audiovisuais.

O Brasil é um gigante por natureza. Possui dimensões continentais e paisagens de belezas intocadas; estações bem definidas e climas diversos em suas regiões; uma biodiversidade rica e única; atributos culturais peculiares e cenários que remetem o imaginário a qualquer outro canto do globo, equilibrando-se a um sistema político pacífico, livre de catástrofes naturais eminentes e atos terroristas radicalistas (BRASIL, 2007a). Esse contexto permitiria que o país se tornasse uma locação preferencial para produções cinematográficas diversificadas.

Porém, a indústria cinematográfica não se constitui apenas de paisagens de tirar o fôlego. Existem pré-requisitos políticos que envolvem toda a negociação por trás da escolha das locações. Além da variedade de aspectos naturais e culturais descritos acima, trâmites dos setores fiscal, cambial, alfandegário e burocrático devem ser discutidos durante reuniões envolvendo representantes da chamada “indústria dos sonhos” com representantes legais e/ou gestores públicos, a fim de chegarem a o melhor acordo de colaboração (BRASIL, 2008).

Geralmente, essa captação e negociação são realizadas pelas *Film Commissions*, associações representativas do arranjo produtivo do audiovisual, com autorização da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), órgão federal regulador que fomenta, regula e fiscaliza o mercado do cinema e audiovisual no Brasil, tendo como principal objetivo promover a cultura nacional e a língua portuguesa, mediante o desenvolvimento da indústria cinematográfica e vídeo-fonográfica nacional (BRASIL, 2001).

O cinema representa uma poderosa e divertida ferramenta de exibição cultural, significativa o suficiente para promover destinos e atrativos turísticos, conhecidos ou inexplorados, e que remete o telespectador a vivenciar o imaginário através das cenas fílmicas, inclusive influenciando no comportamento e atitudes. Segundo Cooper:

O comportamento do turista depende da imagem que ele tem sobre situações imediatas e sobre o mundo. As atitudes e o comportamento são instituídos com base na imagem presumida de uma pessoa e

difícilmente sofrem mudanças, a menos que se adquiram novas informações ou experiências. (COOPER *et al.*, 2005, p.88)

Essa ideia de Cooper é complementar ao raciocínio de Heitor Capuzzo (*apud* MELO, 2009) ao defender que, possivelmente, sem prestarem atenção, os telespectadores ao assistirem a um filme no cinema, desejam uma vida melhor, seja ela pela diversão, pelo encanto ou fascínio, ou mesmo buscando novas emoções em estado puro. Assim, essa é a verdadeira essência e motivação do turismo cinematográfico, vivenciar as locações que inspiraram os diversos cenários dos filmes, tornando o turista, em seu imaginário, como um personagem que lhe inspirou.

Conforme o “Estudo de Sinergias e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo & Audiovisual Brasileiras” do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007a), a “Marca Brasil” pode ocupar uma privilegiada posição frente às oportunidades no mercado global cinematográfico, através da aplicação do conceito da Economia Criativa Brasileira, que propõe políticas públicas direcionadas que abranjam o turismo, o audiovisual e outros segmentos do empreendedorismo.

Prosseguindo com a noção de fortalecimento da “Marca Brasil”, alguns filmes demonstram vocação para transformar o sucesso das telas em movimentação turística internacional e intra-regional, como veremos a seguir.

- O Quatrilho (1995)

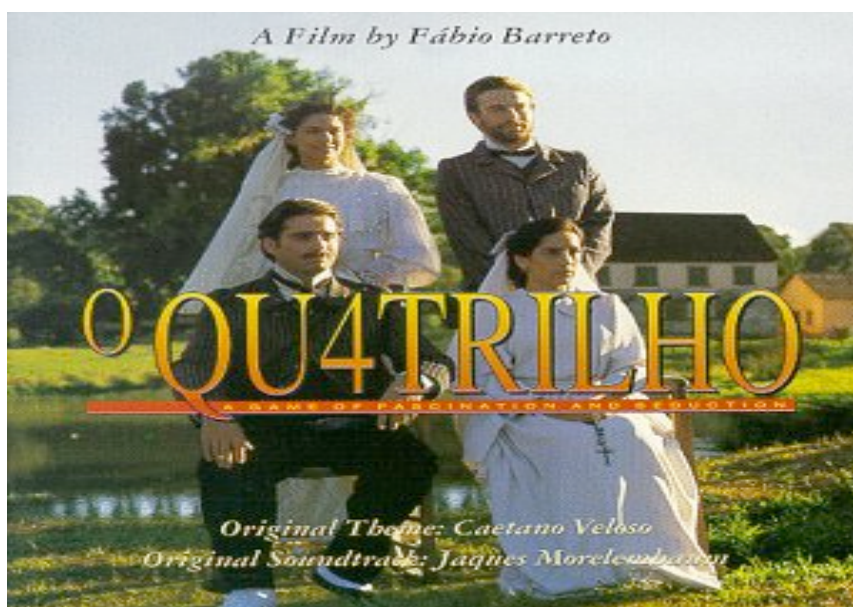
Trata-se de um filme do diretor Fábio Barreto que se passa no Rio Grande do Sul em 1910. Em uma comunidade rural composta por imigrantes italianos, dois casais de amigos se unem para poder sobreviver e decidem morar na mesma casa. Mas o tempo faz com que a esposa (Patrícia Pillar) de um dos homens (Alexandre Paternost) se interesse pelo marido (Bruno Campos) da outra mulher (Glória Pires), sendo correspondida. Após algum tempo, os dois amantes decidem fugir e recomeçar outra vida, deixando para trás seus parceiros, que viverão uma experiência dramática e constrangedora, mas nem por isto desprovida de romance.

Um dos roteiros baseados no filme é realizado por um motorista, que também é guia de turismo, e que convida o grupo para iniciar o passeio, com saída marcada, diariamente, no centro da cidade de Gramado. Com muita simpatia, é feito a apresentação dos atrativos do roteiro e da princesinha, nome dado a um

Chevrolet Apache 1958. Na estrada de chão, bem conservada, a velocidade da jardineira permite aos turistas observarem as propriedades rurais, plantações e a vegetação local.

“O Quatrilho” reserva surpresas encantadoras. Vales e riachos compõem o cenário das localidades de Campestre do Tigre e Tapera, onde viveram os protagonistas do filme. Uma família italiana da região se encarrega de demonstrar a produção artesanal do vinho e da graspa, um subproduto da vinificação formado pela película e sementes, e uma família alemã reserva momentos de muito prazer ao receber para o “Typiches Kaffee”, café típico alemão. Além de deleitar-se com cucas, geléias, pães, linguiças e outros produtos caseiros. Os passeios têm saídas diárias em frente à Casa do Colono, junto a Praça das Comunicações de Gramado em um ônibus típico colonial (PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO, 2008).

Figura 5 – Divulgação do filme “O Quatrilho”.



Fonte: Agenda Cultural de Teresina (2012).

- O Auto da Compadecida (1999)

A comédia representativa sertaneja, dirigida por Guel Arraes, traz em sua história aspectos históricos e folclóricos brasileiros, contados de uma forma cômica e irreverente, demonstrando que apesar das adversidades do sertão nordestino, em

uma época de coronéis e cangaceiros, os sertanejos esbanjavam força e determinação.

A história se passa em Taperoá, no sertão paraibano, onde dois nordestinos, João Grilo (Matheus Nachtergaele) e Chicó (Shelton Mello) vivem da mansidão e de planos bem bolados para poderem ter dinheiro. A cada dia um novo desafio, desde a paixão de Chicó por Rosinha (Virgínia Cavendish), até a chegada do cangaceiro Severino (Marco Nanini), ou a aparição de Nossa Senhora (Fernanda Montenegro) e Jesus (Maurício Gonçalves).

Figura 6 – Cena do Filme “O Auto da Compadecida”.



Fonte: Guerra de Pipoca (2010).

Em termos turísticos, o município de Cabeceiras, na Paraíba, que serviu de cenário para as gravações da comédia, é conhecido como a “Roliúdi Nordestina” – uma referencia à Hollywood norte-americana, onde está concentrada a maior indústria cinematográfica do mundo – e não foi a única vez que foi utilizada para produções cinematográficas. No município também já foram filmados: “Romance” (2008) e “Cinemas, Aspirinas e Urubus” (2005), onde sempre utilizam a mão de obra popular local como figurantes e os turistas podem participar de um projeto chamado “Artista por um dia”, sendo cobrada uma taxa pelo figurino e pela filmagem daqueles que queiram sentir-se verdadeiros personagens (HAYATA; MADRIL, 2009).

- Cidade de Deus (2002)

O filme Cidade de Deus, mais uma produção nacional, dirigido por Fernando Meirelles e co-dirigido por Kátia Lund, teve sua estreia nos cinemas em 30 de

agosto de 2002. O drama teve como enfoque de enredo o conjunto habitacional Cidade de Deus, situado no Rio de Janeiro, fundado em meados dos anos 1960 e que se tornou um dos maiores polos de controle do tráfico da região carioca, sendo considerado um dos locais mais violentos e pobres da cidade entre os anos 1960 e 1980. O filme é baseado no romance homônimo do escritor Paulo Lins.

Figura 7 – Imagem do filme “Cidade de Deus”.



Fonte: Cinezen (2010).

O longa conta história dos habitantes da Cidade de Deus, destacando a rotina e os medos do garoto Buscapé (Alexandre Rodrigues), de origem pobre, negro e com uma sensibilidade apurada. Morador da comunidade, o garoto convive diariamente em meio à violência, com a falta de oportunidades, e vive aterrorizado com a possibilidade de se tornar um bandido. Mas ainda assim, mantém uma ética individual baseada em seus princípios morais e, mantendo a sua integridade como pessoa, sendo portador de boa fé, tenta se distanciar do mundo do crime que o rodeia, procurando pela companhia de pessoas de boa conduta para firmar seus princípios éticos. Graças ao seu talento como fotógrafo a sua sorte muda e ele acaba seguindo carreira profissional na área. É através das lentes de sua câmera, que o garoto passa a analisar a favela e a infinita violência da localidade. No elenco, a produção do filme utilizou atores amadores do grupo “Nós do Morro” composto por moradores da própria localidade e de outras favelas do Rio de Janeiro, o que ocasionou uma interpretação surpreendente.

Foi um dos filmes brasileiros mais cotados até hoje para disputar o Oscar, prêmio da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood, tendo sido indicado em quatro categorias (melhor direção, melhor montagem, melhor fotografia e melhor roteiro adaptado). Esse fato marcou a produção nacional como positiva, pois a última vez em que um filme brasileiro havia indicado para concorrer a um prêmio Oscar havia sido em 1999, com a produção de Walter Salles “Central do Brasil” (1998), indicado nas categorias melhor filme estrangeiro e melhor atriz.

Através do filme “Cidade de Deus”, aquela comunidade carioca se tornou internacionalmente conhecida, e recebeu visitas ilustres, como a do atual presidente americano Barack Obama que, com o anúncio da sua visita, trouxe inúmeras obras de infraestrutura para a localidade. Atualmente, alguns aspectos relatados no filme já foram modificados, porém o local ainda possui inúmeras necessidades de melhorias.

- Tropa de Elite (2008)

A produção brasileira Tropa de Elite, dirigida por José Padilha, teve sua primeira estreia em 2007, trazendo a história de Nascimento (Wagner Moura) capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE), a Tropa de Elite do Rio de Janeiro, que foi designado para liderar uma das equipes que tem como missão apaziguar o morro do Turano, por um motivo que o mesmo julgava insensato, a visita do Papa João Paulo II ao país, em 1997. Com sua esposa Roseane (Maria Ribeiro) em período final de gestação, ele pede todos os dias para sair da linha de frente do batalhão. Enquanto isso, o capitão tem que cumprir ordens, à medida em que procura um substituto que considera ideal. Pressionado, o mesmo sente os efeitos do estresse que acaba resultando em seu desempenho profissional.

O filme relata o envolvimento do tráfico, das milícias e da polícia em atuação nas favelas do Rio de Janeiro, se consolidando como um filme chocante que se propõe a mostrar a realidade e os efeitos do tráfico de drogas no Brasil. A partir de todo trabalho realizado, o filme passou a ser utilizado por juizes, advogados e outros grupos como instrumento de discussão e transformação social. Teve uma boa repercussão internacional, sendo premiado internacionalmente em diversos

festivais, incluindo o prestigioso Festival Internacional de Cinema de Berlim, onde recebeu o Urso de Ouro, em 2008.

O filme contou com uma sequência, “Tropa de Elite 2: O inimigo agora é Outro” (2010). Essa segunda produção tornou-se recorde de bilheteria, sendo o filme mais lucrativo de todos os tempos no Brasil, superando o recordista que, até então, era o filme “Dona Flor e Seus Dois Maridos (1976).

Figura 8 – Cena do filme “Tropa de Elite 2”.



Fonte: Contigo (2010).

É importante ressaltar que apesar do sucesso de público e bilheteria, para aquecer de forma efetiva o turismo como nas localidades citadas anteriormente, ainda existe uma lacuna que envolve não apenas investimentos em infraestrutura e captação, tal como o fomento da atividade e a especialização de mão de obra fora do eixo Rio-São Paulo. Outro fator que contribui para a dificuldade de apresentar projetos relacionados ao segmento cinematográfico é a escassez de pesquisas relacionadas ao tema.

Relacionando o turismo cinematográfico ao cenário cultural baiano, na segunda metade da década de 1990, jovens produziam curtas-metragens de formas idealizadoras, o que fez com que os filmes locais provassem de um virtuoso ciclo pós-crise, à medida que eram também incentivados por novas políticas

públicas e o advento das novas tecnologias audiovisuais (SILVA *apud* INFOCULTURA, 2010).

Vale destacar a produção e exibição do filme “Três histórias da Bahia”, lançado em 2001 e que foi co-dirigido por José Araripe Jr., Edyala Yglesias e Sérgio Machado, marcando a quebra de um recesso de quase 20 anos sem um filme produzido por empresas baianas. A partir desse momento, a produção cinematográfica baiana produziu em cinco anos (2001-2006), um total de 15 filmes, entre curtas e longas (SILVA *apud* INFOCULTURAL, 2010).

Contudo, conforme visto anteriormente, o que caracteriza o turista cinematográfico é o perfil cultural e a busca em conhecer e vivenciar os pontos e cenários preferidos ou que lhe mais chamaram a atenção durante a exibição do produto audiovisual assistido. Ou seja, é valorizada a sua interação com a comunidade, em uma oportunidade de vivenciá-la, como acontece na história. Considera-se também como uma característica importante desse tipo de perfil, o gosto pela leitura, visto que muitos filmes produzidos são derivados ou baseados em obras literárias. O filme funciona como uma janela para a identidade, assim como acontece com a literatura.

Segundo Jorge Amado (*apud* GOLDSTEIN, 2003, p.25) “a literatura brasileira continua produzindo nossa identidade”. O autor baiano sempre retratou o cotidiano do povo em suas obras, e algumas delas viraram sucessos cinematográficos tais como: *Tieta* (1996), que apresentava as frondosas dunas de Mangue Seco; *Gabriela* (1986), que retratava a simplicidade do município de Ilhéus e suas belezas paradisíacas; *Quincas Berro D’Água* (2010), apresentando o lado malandro do Centro Histórico soteropolitano; *Capitães da Areia* (2011), que conta a história de meninos de rua que viviam em Salvador; e, em especial, o objeto de pesquisa desta monografia, *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (1976).

Todavia, esses produtos cinematográficos não foram utilizados pelo turismo de forma consciente, intencional ou responsável. E, sem a inserção da comunidade autóctone, logo, não houve um planejamento sustentável da localidade, tal como aconteceu ao município de Mangue Seco. Nesse local, após o *boom* causado pelo filme “*Tieta do Agreste*”, sem as mínimas condições de infraestrutura, planejamento e participação dos moradores locais, o município ficou fadado ao abandono pós-exploração, vinda com o turismo desenfreado.

O estado da Bahia possui potencialidades para produzir, gerar e administrar o novo segmento turístico cultural denominado turismo cinematográfico, contudo, há uma necessidade de políticas públicas e incentivos governamentais que possibilitem órgãos, como as *Film Commissions*, captarem essas produções e associarem-se a empresas que assumam parcerias a fim de conquistar esse nicho de consumo e trazê-lo para o estado.

## 4. DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS

Considerando o tema trabalhado nesta pesquisa monográfica e cada uma das referências e conceitos dos capítulos anteriores, o capítulo a seguir é o de maior relevância. Nele serão apresentados os aspectos e características do filme “Dona Flor e seus dois maridos” (1976), o principal objeto de pesquisa, tal como um breve estudo do cenário nacional no período de estreia da obra e a sugestão de um roteiro cultural cinematográfico do mesmo.

### 4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÉPOCA

O período entre os anos de 1965 a 1977 compreenderam as principais atividades e ações dos movimentos que influenciaram toda a contextualização presente nos anos de lançamento do livro (1966) e filmagem cinematográfica da obra amadiana (1976) “Dona Flor e Seus dois maridos”.

O cenário mundial era de instabilidade geopolítica, conflitos ideológicos e reconfiguração econômica, pois muitos países colonialistas, viram emergir a independência de seus colonos. A Guerra Fria agitava o conflito psico-político-espacial, dividindo todo o globo em duas vertentes: capitalista, liderados pelos Estados Unidos; e comunista, tendo à frente a União Soviética. No Brasil, através golpe militar, a política viu-se transformada em regime autoritário.

A literatura brasileira, tal como os meios de comunicação social sofriam pressões e ameaças governamentais de censura embasados pelos Atos Inconstitucionais, que concediam ao governo da época plenos poderes no controle das informações a serem circuladas pelo país. Acerca da liberdade de expressão popular, Bastide afirma:

Pela primeira vez vai poder expressar-se na literatura brasileira com personalidade própria, em toda a sua espontaneidade criadora de cultura [...] Ai está no meu entender, a grande revolução criada por Jorge Amado [...] o naturalismo de Jorge Amado é o de proletariado nascente, que encontrou em nosso autor, ao mesmo tempo, sua expressão e sua encarnação (BASTIDE *apud* ROSSI, 2009, p.17).

A revolução tratada pelo sociólogo Roger Bastide acerca dos escritos de Jorge Amado remetem à liberdade de expressão popular brasileira frente à inibição política social imposta pelos regimes militares. A censura chegou a censurar seus livros sobre pretexto de seus personagens condensarem idealizações comunistas, pois sempre teriam missões históricas de transformação e revolução (PARLAMARTCHUK *apud* ROSSI, 2009, p.21).

A obra literária “Dona Flor e seus dois maridos” foi lançada no dia 1<sup>a</sup> de julho de 1966, em pleno governo de Castelo Branco, o qual promovia repressões para anular diversas entidades em lutas por melhores condições sociais e respeito aos direitos civis. Em contextos mundiais, o regime militar fez com que o Brasil tomasse partido para o lado dos Estados Unidos, sendo pressionado por autoridades americanas, empresários e diretores de grandes multinacionais (COTRIM, 2002).

A respeito de seu novo lançamento, o autor baiano afirmou: “Dona Flor e Seus dois maridos também é uma obra de afirmação de costumes brasileiros” (AMADO *apud* LEITE, 2008, p.24). Assim, complementando a afirmação do “autor do povo”, considera-se que o regionalismo de Jorge Amado:

Constitui-se em meta primordial e ponto de partida para adoção de uma linguagem marcada pela oralidade, com o uso do coloquial configurando-se como distintivo da expressão Amadiana. No plano do enredo, essa busca do popular leva a absorção dos esquemas de aventura e heroísmo amplamente disseminados no cordel ou no romance de folhetim (DUARTE *apud* ROSSI, 2009, p.22).

Os anos seguintes, permeados por protestos e reivindicações pacifistas, foram marcantes e englobaram diversas classes cultas que posicionaram-se como resistência ao autoritarismo governamental. No Brasil, destacaram-se os movimentos do Cinema Novo, o Teatro Oficina e a Poesia Marginal. E no cenário internacional, a Primavera de Praga e a “Ode à paz e ao amor”, conhecido como Woodstock (ENCICLOPÉDIA DE LITERATURA BRASILEIRA, 2011).

Contudo, o mais representativo desses movimentos no cenário brasileiro foi a Tropicália ou Tropicalismo. O movimento de artistas da vanguarda manifestava-se contra a desigualdade social e o abuso de poder e de autoridade utilizando-se dos artifícios culturais, como uma nova expressão estética irrestrita à ideologia política. E, para isso, propondo a ideia de internacionalização da cultura, ou seja, englobando

a cultura às massas. Como expresso por Gilberto Gil, em entrevista ao jornal espanhol *El País*, que declarou:

Creio que o tropicalismo foi uma ducha refrescante, que estimulou o sistema circulatório da música brasileira. O tropicalismo apostou no pluralismo, na diversidade, na liberdade de expressão; e lutou por uma visão ampla e profunda dos processos criativos no mundo. Trouxe notícias dos novos hábitos da juventude em outros países e de sua influência na produção artística (GIL *apud* CALVANI, 1998, p.137)

Após nove anos do lançamento da obra literária “Dona Flor e seus dois maridos”, o cenário artístico cultural foi surpreendido com uma nova representação do romance, a cinematografia. Escolhida a equipe e elenco – que contou com Sonia Braga, José Wilker e Mauro Mendonça nos papéis principais – toda a filmagem do longa-metragem ficou sob a supervisão de Jorge Amado e sua esposa, Zélia Gattai.

Por se tratar de uma obra fílmica baseada na literatura, como é comum acontecer nesse tipo de produção, houve uma adaptação do material original. O diretor Bruno Barreto – que também ficou responsável pelo roteiro, juntamente com Eduardo Coutinho e Leopoldo Serran – não se preocupou com a fidelidade ao livro, tendo a certeza de ter criado, assim, uma obra inteiramente nova, resultando então uma obra à parte da ficção amadiana, o que levou a críticas comparativas (ALVES, 2004).

Sobre tais comentários, o diretor se pronunciou:

Imagine se eu tivesse a pretensão de ser inteiramente fiel ao romance de Jorge Amado, computando rigorosamente todos os capítulos, registrando todas as falas e personagens, o filme resultaria em pelo menos 10 horas de projeção, o que seria um sacrifício para o público (BARRETO *apud* ALVES, 2004, p.67).

Contudo, mesmo Jorge Amado não tendo assumido publicamente um posicionamento em relação às questões de verossimilhança com a produção do filme “Dona Flor e seus dois maridos”, ele considerou o trabalho – cuja produção ficou a cargo de Luiz Carlos Barreto, também cineasta – a captação artística do mesmo sobre o espírito do romance, resultando assim, em um filme de grande beleza (ALVES, 2004).

Ainda sob o forte contexto político do governo militar, com a polêmica morte do jornalista Vladimir Herzog em outubro de 1975 e em contrapartida, com a extinção do Ato Inconstitucional nº 5, afrouxando um pouco a censura, tal como o

recuo econômico do país, gerando crise inflacionária e aumento da dívida externa, a obra cinematográfica “Dona Flor e seus dois maridos” conseguiu sobressair-se. Este fato merece destaque, uma vez que nesse período o Brasil era tomado como um mercado consumidor dos produtos culturais importados e que tinha a preferência por produções estrangeiras devido aos meios de distribuição serem controlados por multinacionais. Isso não impediu a produção brasileira de bater recordes de bilheteria e receber indicações para premiações nacionais e internacionais, como o Festival de Gramado, Globo de Ouro (EUA) e BAFTA (Reino Unido). (COTRIM, 2002; ALVES, 2004).

#### 4.2 HISTÓRICO DA OBRA CINEMATOGRAFICA

O cinema nacional brasileiro por 34 anos (1976-2010) viu seu cenário cinematográfico doméstico dominado em termos recordes de público por um único filme. O filme “Dona Flor e seus dois maridos” só perdeu seu posto de maior bilheteria nacional no ano de 2010 para “Tropa de Elite 2: O inimigo agora é outro”.

Baseado em uma das obras literárias de maior sucesso e amplitude internacional do escritor baiano Jorge Amado, que foi traduzida em diversas línguas e editado em países como Estados Unidos, a extinta União Soviética, Argentina, Hungria, França, Itália, Portugal, a também extinta Tchecoslováquia, e outros tantos, a história de Dona Flor, lançada em 1966, foi considerada o romance mais vendido da carreira do autor e é tido como o mais popular do Brasil (DONA FLOR..., 1989, p.9).

Conforme observado em arquivos antigos, Jorge Amado carregava, em seu coração, a obra como um xodó. Segundo o escritor: “Dona Flor nasceu, nas páginas de um romance, após longa gravidez de 30 anos, começada no dia que tive conhecimento de suas atrapalhões com os dois maridos, no distante ano de 1936” (DONA FLOR..., 1989, p.9). Ainda de acordo com o autor baiano:

Em Dona Flor, por exemplo, trabalhei com a mais viva linguagem popular. É, sem dúvida, de todos os meus livros, aquele que é escrito com a linguagem mais baiana, com um vocabulário extremamente baiano, um vocabulário enorme - palavras ignoradas mesmo por pessoas que conhecem bem minha obra (AMADO *apud* MANZATTO, 1994, p.126)

Figura 9 – Jorge Amado escrevendo Dona Flor, em 1966.



Fonte: Arquivo da Fundação Casa de Jorge Amado. A Chegada de Dona Flor, 1966. Fotografia do arquivo por Flay Nunys (2012).

Como citado acima, Jorge Amado deixa implícito a profundidade que este romance traria aos leitores, um modo de leitura novo e diferente em suas obras. O romance em si não seria o foco central da história, mas sim todo o contexto da terra, que ganharia “movimento”, onde o próprio leitor se tornaria participante e não somente espectador, ou seja, uma comunhão, testemunhando tudo o que lhe é presenciado (VEIGA, 2006).

Conforme mencionado anteriormente, decorridos nove anos do lançamento do livro, em 1975, iniciaram-se as filmagens do romance baiano, tendo o jovem Bruno Barreto como roteirista e diretor. Em seu elenco, artistas que hoje são renomados no cenário dramático nacional, como José Wilker, Sonia Braga e Mauro Mendonça, além de contar com toda uma equipe de produção brasileira: Luiz Carlos Barreto, Newton Rique, Cia Serrador, Nelson Porto, Paulo Cesar Sesso –

todos empenhados no que seria o mais caro filme nacional produzido no Brasil até então (ALVES, 2004, p. 62). Assim, “Dona Flor e seus dois maridos” conseguiu atingir uma meta hollywoodiana. De acordo com Bernardet (2009, p.130): “uma linguagem narrativa acadêmica, que não há quem não entenda, uma mistura de pornochanchada com comédia de costume, de regionalismo com cinema ‘universal’ via comédia erótica italiana”.

O romance baseado na obra e acompanhado em suas filmagens por Jorge Amado, passa-se na cidade de Salvador em torno das décadas de 1940 a 1950. Em sua primeira cena, o filme já revela um dos principais aspectos de todo o desenrolar da narrativa, a morte de Valdomiro Guimarães, o Vadinho (José Wilker). A personagem principal, Dona Flor (Sonia Braga) era uma jovem professora de culinária, a qual fora casada com Vadinho por sete anos. De acordo com Jorge Amado:

[...] sete anos decorreram entre aquelas primeiras lágrimas choradas por Dona Flor na noite de núpcias e as da aflita manhã de domingo gordo quando Vadinho caiu sem vida em meio a um samba de roda, entre fantasias e máscaras (AMADO, 1966, p. 130-131).

Vadinho, por sua vez, era um típico homem boêmio, que vivia envolvido com farras, bebidas e cigarros. Era um jogador de roleta assíduo no Cassino da cidade, o Palace, no qual tinha uma verdadeira obsessão pelo número 17. Vadio, como o próprio nome sugestivamente simboliza, vivia a sua boa vida, na malandragem, o que lhe expressava a verdade diante da vida (LEITE, 2008). Segundo a obra literária:

[...] chegava Vadinho com seu magro dinheiro e seu riso alegre. E talvez fosse ele um dos poucos eleitos a poder gabar-se de haver ganho alguma vez os dados viciados de Paranaguá. Segundo constava, de quando em quando, o negro permitia a um parceiro de afeição acertar uma bolada (AMADO, 1966, p.35).

O *bon vivant* era amigo e querido por todos, contudo, ninguém era mais fiel e apaixonado pelo malandro do que sua esposa, Florípedes, que relevava inclusive, a característica adúltera do marido. A jovem dona da Escola de Culinária Sabor e Arte era mestra em bebidas e quitutes e considerada pelos cânones da época, uma mulher completa (MOTA; ABDALA JR., 2001). Jorge Amado assim caracterizou Dona Flor:

[...] bonita, agradável de ver-se: pequena e rechonchuda, de uma gordura sem banhas, a cor bronzeada de cabo-verde, os lisos cabelos tão negros a ponto de parecerem azulados, olhos de requebro e lábios grossos um tanto abertos sobre os dentes alvos [...] (AMADO, 1966, p. 24).

Todavia, a jovem Flor era infértil e não pôde gerar um filho do seu amado Vadinho. Essa infertilidade ia de contraponto ao sincretismo da história, pois Florípedes era filha de Oxum, a deusa da maternidade; Vadinho tinha como orixá Exu, representante das comunicações e guardião dos portais; e o farmacêutico Teodoro Madureira, representado por Oxalá.

Após seu longo tempo de luto pela inesperada morte do marido, Dona Flor começa a ser cortejada pelo senhor Teodoro Madureira (Mauro Mendonça), um metódico farmacêutico que alimentava o sonho de casar-se com a bela morena. O boticário era a total contraposição do seu primeiro marido, era cortês, atencioso, trabalhador e um homem de respeito e vislumbre social. Na visão de Goldstein (2003, p.121): “Teodoro, segundo esposo, cerimonioso e trabalhador, encarna o ideal da ordem e da lei que supostamente regem a vida pública. Dona Flor – como a sociedade brasileira – só se realiza quando tem as duas faces da moeda: sexo e casamento, ilícito e regulamentado, malandragem e trabalho, favor e lei”.

Exatamente assim, desenrola-se e configura-se a trama da narrativa, quando após ter conhecido e convivido um tempo com cada marido separadamente, Dona Flor roga pelo aparecimento do finado primeiro marido, numa tentativa de harmonizar seu desejo incompleto.

Considerado toda a temática da obra cinematográfica de “Dona Flor e seus dois maridos” e sua representatividade no cenário sociocultural brasileiro, tal como sua expressividade como obra nos limites internacionais e, naquela época, a inexistência do segmento turismo cinematográfico como motivador de viagens e passeios turísticos, a seguir será apresentado o desenvolvimento da interface entre os cenários/locações e a vivência e projeção do turista em relação à narrativa.

### 4.3 DONA FLOR: PROPOSTA DE ROTEIRO

Existem duas formas de fazer turismo, uma delas acontece quando o turismo surge sem planejamento, através de um volume desconhecido de visitação. A outra forma é o turismo planejado que traz à comunidade local muitos benefícios, como geração de novos empregos e renda que contribuem para o desenvolvimento da localidade. Trabalha-se aqui com a noção de turismo planejado e feito através de roteirização, com a criação de roteiro turístico.

Segundo o Ministério do Turismo:

Podemos entender roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro (BRASIL, 2007b, p.13).

A partir desse conceito, será feito o planejamento de um roteiro turístico baseado no filme “Dona Flor e seus dois maridos” utilizando seus cenários e envolvendo a localidade do Centro Histórico de Salvador.

A seguir passa-se à descrição das localidades a serem incluídas no Roteiro Dona Flor.

- **Igreja de Nossa Senhora da Palma (Salvador, Bahia) e Convento:**

Figura 10 – Igreja de Nossa Senhora da Palma.



Fonte: Flickr (2012).

Nessa igreja foram filmadas as principais cenas do filme “Dona Flor e seus dois maridos”, como seu casamento. E quase em frente à Igreja está localizado o imóvel que serviu como locação da casa onde vivia Dona Flor. Contudo, na história original, ou seja, no livro, a igreja usada era a de São Francisco no Pelourinho, conforme será explicado posteriormente.

A Igreja de Nossa Senhora da Palma foi construída sobre o Monte das Palmas, por isso leva esse nome. Situada em uma das primeiras áreas de expansão da cidade, sua construção deve-se a um ex-voto, de nome Bernardino da Cruz Arraes, que estivera enfermo em 1630. Possui um convento em anexo, porém esse só teve sua construção iniciada 40 anos depois, em 1970. Pertencia à Irmandade dos Agostinhos Descalços mas, em 1822, assumiu a Irmandade Senhor da Cruz, quando foram feitas algumas alterações em sua estrutura, mantendo-se próximo ao projeto original do século XVIII. O estilo Rococó está presente em sua fachada e interior em fase de transição da o neoclássico e o teto pintura ilusionista barroca (FLICKR, 2012).

- **Igreja de São Francisco**

Figura 11 – Igreja de São Francisco.



Fonte: Rodrigo Rocha (2012).

A igreja e convento de São Francisco é a principal igreja usada no livro de Jorge Amado que deu origem ao filme, porém não pôde ser utilizada no filme para as gravações principais e aparece em poucas cenas de forma rápida, e apenas sua fachada.

Possui interior todo coberto de ouro, em estilo barroco e painéis de azulejo português contando a lenda do Santo que dá nome à igreja. É considerada uma igreja de grande beleza e riqueza

- **Terreiro de Jesus (Almoço)**

Figura 12 – Praça 15 de Novembro / Terreiro de Jesus.



Fonte: Rodrigo Rocha (2012).

O Pelourinho, como um todo, foi utilizado do ponto de vista artístico como pano de fundo para a história. A praça em questão é a principal do Pelourinho e serviu também de cenário para o filme, com ótimos bares e restaurantes, que serão apresentados como opções para a refeição dos visitantes.

A Praça 15 de Novembro, também conhecida como Terreiro de Jesus, ficou assim conhecida por causa da Igreja dos Jesuítas, hoje Catedral Basílica. Ainda possui estrutura urbana dos séculos passados, com seus belos sobrados e as três igrejas nela presentes são da época em que Salvador era ainda capital da Colônia Portuguesa. Seus casarões, do tempo do Brasil colonial, abrigam hoje bares, restaurantes e lojas. O chafariz localizado no centro da praça é de origem francesa datado de 1855 e representa a deusa da agricultura, Ceres (FOLHA, 2012).

- **Pelourinho**

Figura 13 – Pelourinho.



Fonte: Rodrigo Rocha (2012).

Pelas ruas do Pelourinho acontece a história de “Dona Flor e seus dois maridos”. Muitas cenas se passam ao redor dos lugares onde Vadinho, o primeiro marido, bebia com seus amigos e por onde os personagens passavam. Para a visita serão destacadas algumas ruas principais Rua das Portas do Carmo, J. Castro Rabelo, Maciel de Cima e Maciel de Baixo.

Salvador foi a primeira cidade do Brasil, e o Pelourinho era exatamente a cidade da época da fundação. Essa localização foi escolhida pela posição estratégica e foi construída em moldes medievais, com águas fluidas, em local protegido e de difícil acesso sendo cercada por muros que a tornaram uma fortaleza protegida dos invasores. Ainda hoje mantém características coloniais com vários casarões e belas igrejas.

- **Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos**

Figura 14 – Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos.



Fonte: Rodrigo Rocha (2012).

Trata-se do cenário onde foi rodada a famosa cena que chocou o país quando o filme foi lançado, na qual Dona Flor sai da igreja acompanhada por seus dois maridos, de braços dados, sendo que Vadinho está despido e sai andando completamente nu pelas ruas do Pelourinho.

Sua construção foi iniciada nos primeiros anos do século XVIII pela Irmandade de Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos do Pelourinho. A fachada, com frontão rococó, reúne trabalhos delicados e belíssimas torres. Destacam-se em seu interior os painéis de azulejos, os altares neoclássicos e três imagens daquele século: Nossa Senhora do Rosário, Santo Antônio de Cartagerona e São Benedito. Nos fundos, localiza-se um antigo cemitério de escravos (FOLHA, 2012).

- **Fundação Casa de Jorge Amado**

Figura 15 – Fundação Casa de Jorge Amado.



Fonte: Rodrigo Rocha (2012).

A Fundação que leva o nome do autor tem o maior acervo de suas obras, incluindo objetos usados pelo autor e também utilizados no filme, além da tradução de suas obras para vários idiomas.

A Fundação Casa de Jorge Amado é um espaço cultural situado no Largo do Pelourinho, que foi inaugurado em março de 1987. Tem como objetivo expor, estudar e preservar o trabalho do romancista baiano Jorge Amado. Lá se encontram os livros do autor publicados em 60 países, de cinco continentes, fitas de vídeos, objetos e fotografias relacionados às obras do escritor, assim como obras de sua esposa Zélia Gattai (FOLHA, 2012).

- **Paripe / São Tomé de Paripe**

Figura 16 – Paripe.



Fonte: Mirian Mascarenhas (2007).

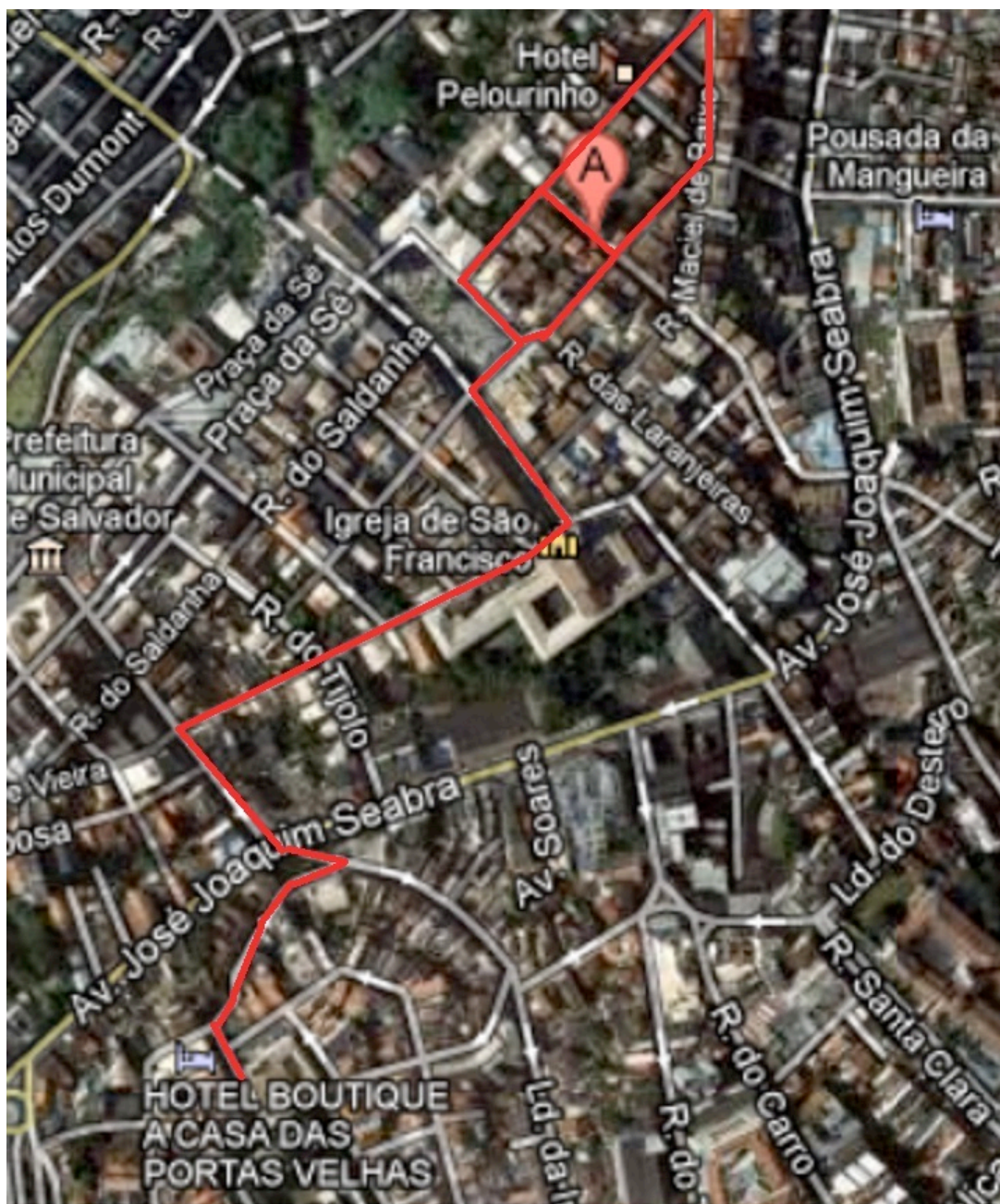
Esse local foi escolhido por Teodoro, segundo marido de Dona Flor, para passar a lua de mel. É uma praia distante do centro de Salvador de beleza paisagística, onde os turistas poderão passear, tomar banho de mar e sentir a experiência vivida pelos protagonistas do filme.

Situados na Baía de Todos os Santos, são os últimos bairros pertencentes a Salvador banhados pelo mar. Suas praias conservam ainda um clima interiorano e a igreja de São Tomé de Paripe é datada do século XVI. O nome Paripe é indígena e significa um tipo de pesca. Por sua beleza natural e por estar muito próxima à Ilha de Maré, foi instalada na região a base Naval de Aratu (FUNDAÇÃO, 2012).

Possui manguezal, um dos mais intensos ecossistemas, belas praias e três centros culturais: o Galeria 13, Centro de Artes e Cultura Deraldo Lima – ambos pertencentes ao mesmo artista – e o Centro de Cultura e Desenvolvimento Ecologia. Todos são centros culturais que visam um resgate da cultura local ao mesmo tempo em que trazem jovens da comunidade para participar de diversas atividades culturais e praticar esportes.

Assim, a partir da descrição dos lugares que fazem parte das locações do filme, temos o mapa a seguir (Figura 17) que ilustra a proposta do Roteiro Dona Flor e, em seguida, o detalhamento das atividades a serem oferecidas aos turistas.

Figura 17 – Mapa do Roteiro Dona Flor.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir de mapa disponível no Google Maps (2012).

- **Proposta do Roteiro Dona Flor – Atividades e Horários**

**1° Dia:**

8:00 às 9:00 - Saída do hotel até a Igreja da Palma

9:00 às 10:00 - Igreja da Palma e Convento

10:30 às 11:30 - Igreja de São Francisco

11:30 às 13:00 - Terreiro de Jesus (Parada para almoço em um dos restaurantes locais)

13:00 às 15:00 - Passeio pelas ruas do Pelourinho com acompanhamento dos guias

15:00 às 16:00 - Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos

16:00 às 17:00 - Visita à Fundação Casa de Jorge Amado

18:00 - Retorno ao hotel

**2° Dia:**

Visita à praia de São Tomé de Paripe, com saída do hotel às 08:00 e retorno às 16:00. Será feito no 2° dia uma aula participativa de culinária, tal qual era feita por Dona Flor, mostrando os sabores da Bahia, onde poderá ser degustado o prato que foi elaborado. Logo após o término da aula, a visita se torna livre para que o turista possa aproveitar a praia.

O roteiro é realizável de segunda a sexta para um público de, no máximo, 12 pessoas. Será disponibilizado um micro-ônibus para o traslado, contando com o acompanhamento de dois guias de turismo.

**Descrição do Roteiro:**

No primeiro dia a visita será feita inteiramente com auxílio de explicações de guias locais, começando com uma visita à Igreja da Palma, umas das principais locações do filme. Em seguida, os turistas realizam uma caminhada pela Ladeira da Palma até a Igreja de São Francisco, prosseguindo para a Praça 15 de Novembro (Terreiro de Jesus), onde poderão almoçar em um dos restaurantes locais.

Após o almoço, será realizado um passeio pelas ruas mais utilizadas durante as filmagens: Rua das Portas do Carmo, J. Castro Rabelo, Maciel de Cima e Maciel de Baixo. Em seguida, o trajeto será direcionado para a Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos, relembrando a famosa cena do filme na qual Dona Flor sai da igreja de braços dados com Teodoro e com Vadinho que está despido. E, por fim, para encerrar as atividades do primeiro dia, será realizada uma visita à Fundação Casa de Jorge Amado.

No segundo dia será realizada a visita à Praia de São Tomé de Paripe, onde os turistas poderão passar um dia agradável, desfrutando do banho de mar e da culinária local, vivenciando o ritmo de uma outra parte da cidade, no mesmo lugar em que Dona Flor passou sua segunda lua de mel.

Diante da proposta aqui elaborada para a implementação do turismo cinematográfico em Salvador a partir do filme “Dona Flor e seus dois maridos” podem-se considerar algumas recomendações.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história das viagens pelo mundo não tem registro, pois desde que o mundo existe as pessoas migram de um lugar para outro, seja por motivo de melhorias de vida ou mesmo para conhecer novos lugares. Dois marcos dividem a história das viagens e turismo que são o *Grand Tour*, no século XVIII, que era uma viagem feita pela aristocracia da época, a primeira com fins culturais; e a viagem de Tomas Cook considerada o primeiro pacote turístico vendido no mundo, e que mais tarde fundou a primeira agência de viagens.

A cultura é a maior expressão de um povo, é através dela que se demonstram os costumes e o cotidiano de uma localidade. O turismo cultural surgiu da necessidade de, através do turismo, se evidenciar a cultura. Trata-se de um modo pelo qual o turista pode vivenciar os costumes, manifestações e representações do cotidiano de uma outra população.

Desde os primórdios que o homem tem um fascínio pela imagem. Depois da descoberta da fotografia esse apreço aumentou ainda mais, pois ao clicar ou filmar um lugar, este se eterniza naquela imagem. Com o passar do tempo, através da fotografia foi desenvolvida a filmagem, que inicialmente era usada para registrar o cotidiano de alguns lugares, mas logo começaram as super produções de filmes que traziam ao cinema público de todos os tipos e idades.

Ao ver uma imagem de um lugar, mesmo que seja como pano de fundo de uma famosa cena, tem-se a vontade de vivenciar aquele lugar de conhecê-lo. E foi assim que, dentro do turismo cultural, surgiu um novo segmento chamado de turismo cinematográfico. E, assim, pode-se entender o aprofundamento da relação entre turismo cultura e cinema. Os investimentos no cinema geram turismo e o dois fomentam e divulgam a cultura. Por sua vez, a cultura local é um dos fatores que atraem as produções cinematográficas formando um ciclo virtuoso, no qual todos os elementos são beneficiados.

No mundo todo existem muitos casos de filmes de grande sucesso que trouxeram para as localidades onde foram filmados turistas de todas as partes do mundo, como o filme “A Praia” (*The Beach*, 2000) filmado da Tailândia, que teve no turismo jovem o aumento de 22% após sua estreia; “Coração Valente” (*Braveheart*, 1995) na Escócia, com aumento de 300% no número de visitantes após seu

lançamento; ou a série “Harry Potter” (2001-2011) que contribuiu para um aumento estimado de 50% no turismo britânico nos anos seguintes aos filmes.

Um caso que se destaca é a trilogia “O Senhor dos Anéis” (2001-2003), por ser a história de maior sucesso do turismo cinematográfico. Antes de suas filmagens, na Nova Zelândia praticamente não existia turismo, então esse caso pode mostrar melhor a interferência do cinema no turismo. E este caso nos ensina também que o investimento em publicidade é um dos principais fatores do sucesso dessa relação.

O filme já é um meio de divulgação da localidade escolhida. No caso da Nova Zelândia, foi reproduzido um verdadeiro mundo mágico dos filmes de Tolkien. Logo ao chegar ao aeroporto pode-se ver a imagem do Gollum almejando o anel. Além disso, alguns cenários das gravações foram aproveitados e são utilizados em roteiros turísticos no lugar. Vários estudos foram feitos e provam que o crescimento do turismo se deu por causa do sucesso dos filmes.

No Brasil, existem poucos filmes que deram origem a roteiros turísticos. Alguns exemplos que merecem destaque são “O Auto da Compadecida” e “O Quatrilho”. Como o turismo cinematográfico é um segmento novo, ainda existem poucos estudos sobre o assunto e poucos filmes que tiveram essa continuidade como fomento ao turismo. Na Bahia, as muitas produções cinematográficas ainda não atraem esse tipo de público, mas as obras de Jorge Amado têm um destaque, tanto no âmbito nacional quanto no mundial, por contribuírem para a divulgação da cultura baiana.

A obra “Dona Flor e seus dois maridos”, que foi transformada em filme e é objeto desse trabalho, surgiu em um período histórico, social e cultural diferente, e talvez com uma repercussão diferente do que se teria hoje. A obra escrita por Jorge Amado é datada de 1966 e o filme foi lançado alguns anos depois, em 1976. Por isso, faz-se importante entender em que contexto ambos foram lançados, pois atualmente os lugares utilizados como cenários mudaram muito. O que antes eram velhos casarões de moradias, se tornaram bares, lojas, agências, enfim, diversos tipos de pontos comerciais.

O filme se passa no Centro Antigo de Salvador, região onde o turismo já tem seu espaço, porém é um turismo que ocorre de forma sazonal e não explora ainda todo o potencial existente no lugar.

Entre casarões da época colonial, museus, restaurantes e muitas outras estruturas que propiciam o turismo, conclui-se que o que falta para trazer para Salvador um público que busca o turismo cinematográfico é investimento em divulgação e criação de novos roteiros que contemplem filmes na Bahia.

O principal objetivo desse trabalho foi trazer uma proposta de roteiro turístico que aproveite o potencial já existente do turismo cinematográfico, e que poderá servir para impulsionar o turismo cultural na Bahia, fazendo com que diminua a sazonalidade turística.

É importante mencionar a necessidade de serem criadas políticas públicas organizadas de forma estratégica e integrada, pensando em investimentos a longo prazo. Os filmes em si já funcionam como divulgadores das localidades, mas é preciso também trabalhar com outros recursos, usando como exemplo casos como o da Nova Zelândia, onde foram criados na localidade cenários, monumentos e roteiros que representam os filmes.

No caso da Bahia, os cenários dos filmes baseados nas obras de Jorge Amado já existem e precisam apenas ser organizados em forma de produtos turísticos. Contudo, no Brasil essa cultura ainda não existe, portanto é preciso investir em roteiros que tragam esses temas para o grande público e a divulgação deles para os turistas potenciais.

## REFERÊNCIAS

AGENDA CULTURAL DE TERESINA. **Filme “O Quatrilho” no Clube de Vídeo.** Disponível em: <<http://www.agendathe.com.br/2012/04/filme-o-quatrilho-no-clubede-video.html>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

AIR NEW ZEALAND. **The Lord of the Rings Aircraft.** Disponível em: <[http://www.airnewzealand.co.nz/resources/lotr\\_two\\_aircraft.jpg](http://www.airnewzealand.co.nz/resources/lotr_two_aircraft.jpg)>. Acesso em: 23 jul. 2012.

AMADO, Jorge. **Dona Flor e seus dois maridos.** São Paulo: Martins, 1966.

ALVES, Ivya (Org.). **Em torno de Gabriela e Dona Flor.** Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado/Casa de Palavras, 2004.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo: Atlas S.A., 2010.

ANDRADE, Roseane. **Fotografia e Antropologia: olhares fora-dentro.** São Paulo: Estação Liberdade; EDUC, 2002.

ARQUIVO DE FILMES. **O Auto da Compadecida.** Disponível em: <<http://www.webcine.com.br/filmessi/autocomp.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

AUMONT, Jacques *et al.* **A Estética do Filme.** Campinas, SP: Papirus, 1995. (Coleção Ofícios de Arte e Forma).

AZEVEDO, Julia. Cultura, Patrimônio e Turismo. In: IRVING, Marta de A. AZEVEDO, Julia. **Turismo: o desafio da sustentabilidade.** São Paulo: Futura, 2002.

BAHIA. Fundação Pedro Calmon. **Centro de Memória e Arquivo Público da Bahia.** 2010.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 2003. (Coleção Turismo)

BATTISTONI FILHO, Duílio. **Pequena história da arte**. Campinas, SP: Papyrus, 1989.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro: propostas para uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BERNARDI, Francisco. **As bases da Literatura brasileira**. Porto Alegre: AGE LTDA., 1999.

BRASIL. Agência Nacional de Cinema (ANCINE). **Apresentação**. 2001. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/ancine/apresentacao>>. Acesso em: 17 jul. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Sinergias e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo & Audiovisual Brasileiras**. Brasília: MTUR, 2007a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Módulo operacional 7: roteirização turística**. Brasília: MTUR, 2007b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cinematográfico brasileiro**. Brasília: MTUR, 2008.

CALVANI, Carlos Eduardo B. **Teologia e MPB**. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

CINECITTÀ. **Fragmento do “Manifesto das Sete Artes” por Ricciotto Canudo**. Disponível em: <<http://lavouraarcaica.blogspot.com.br/2007/04/fragmento-do-manifesto-das-sete-artes.html>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

CINEZEN. **Cidade de Deus é um dos filmes mais importantes dos últimos tempos**. Disponível em: <<http://cinezencultural.com.br/site/2010/01/02/cidade-de>>

deus-e-um-dos-filmes-mais-importantes-dos-ultimos-tempos/>. Acesso em: 23 jul. 2012.

CONTIGO. **Cinescópio**: o melhor do cinema. Disponível em: <<http://contigo.abril.com.br/blog/cinescopio/tag/tropa-de-elite-2/page/2/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

COOPER, Chris *et al.* **Turismo**: Princípios e Práticas. Porto Alegre: Bookman, 2008.

COTRIM, Gilberto. **História Global**: Brasil e Geral. São Paulo: Saraiva, 2002.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.

CUNHA, João Manoel dos Santos. **A lição aproveitada**: Modernismo e Cinema em Mario de Andrade. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2011.

DAHL, Gustavo. **Construindo a ANCINE**. Disponível em: <[http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/construindo\\_ancine\\_gd.pdf](http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/construindo_ancine_gd.pdf)>. Acesso em: 17 jul. 2012.

DE LA TORRE, Oscar. **El turismo**: Fenómeno Social. México: Fondo de Cultura Económica, 2002.

DIAS, Francisco. **A promoção de destinos turísticos através do cinema**: a via mais eficaz. 1ª. Conferência Internacional Turismo e Cinema. Festival Internacional de Filmes de Turismo Art&Tur. Portugal, 2010. Disponível em: <[http://www.arttur.org/ICCT\\_10/10\\_ICCT.pdf](http://www.arttur.org/ICCT_10/10_ICCT.pdf)>. Acesso em: 6 jul. 2012.

DONA Flor no Corujão. **Jornal da Bahia**. Ed: n.d, ano: 1989. Salvador. 29 de abril de 1989.

ENCICLOPÉDIA DE LITERATURA BRASILEIRA. **Itaú cultural**. Atualizada em 04 de julho de 2011. Disponível em <[http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia\\_lit/index.cfm?fuseaction=definicoes\\_texto&cd\\_verbete=12161&lst\\_palavras=>](http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia_lit/index.cfm?fuseaction=definicoes_texto&cd_verbete=12161&lst_palavras=>)>. Acesso em: 31 jul. 2012.

FLICKR. **Igreja da Nossa Senhora da Palma (Salvador, Bahia)**. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/iurigois/510152885/>>. Acesso em: 23 jul. 2012

FOLHA DE SÃO PAULO. **Apesar do sucesso, Cidade de Deus fica fora do Oscar**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u30639.shtml>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

FOLHA ONLINE. **Salvador – atrações do Pelourinho**. Disponível em: <[http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/americadosul/brasil-salvador-pelourinho\\_atracoes.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/americadosul/brasil-salvador-pelourinho_atracoes.shtml)>. Acesso: 23 jul. 2012

FUNDAÇÃO GREGÓRIO DE MATOS. **Salvador cultura todo dia**. Disponível em: <[http://www.culturatododia.salvador.ba.gov.br/vivendo-polo.php?cod\\_area=6&cod\\_polo=12](http://www.culturatododia.salvador.ba.gov.br/vivendo-polo.php?cod_area=6&cod_polo=12)>. Acesso em: 23 jul. 2012.

GAYA, Adroaldo. Desenhos metodológicos I: etnografia, estudo de caso(s) e pesquisa-ação. In: GAYA, Adroaldo (Org.). **Ciências do movimento humano: introdução à metodologia da pesquisa**. Porto Alegre: Artmed, 2008

GIDDENS, Anthony; SOBRAL, Jose Manuel, **Sociologia**. São Paulo: FCG, 2009.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GOLDSTEIN, Ilana Seltzer. **Brasil Best Sellers de Jorge Amado: Literatura e identidade nacional**. São Paulo: SENAC, 2003.

GOOGLE MAPS. **Centro, Salvador, Bahia.** Disponível em: <<http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&tab=wl>>. Acesso em: 24 jul. 2012.

GUERRA DE PIPOCA. **O Auto da Compadecida.** Disponível em: <<http://guerradepipoca.wordpress.com/2010/11/18/o-auto-da-compadecida>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

HAYATA, Kivea Sarmiento; MADRIL, Marília Letícia. **Turismo Cinematográfico: um novo segmento para o desenvolvimento turístico.** São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2009. (Trabalho de Conclusão de Curso).

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Thompson, 2003.

INFOCULTURA. **Economia do audiovisual na Bahia e no Brasil: estudos e reflexões.** Ano 03, n.05, nov. 2010. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2010.

LEITE, Gildeci de Oliveira. **Jorge Amado: da ancestralidade à representação dos orixás.** Salvador: Quarteto Editora, 2008.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & Pós-cinemas.** Campinas, SP: Papyrus, 1997. (Coleção Campo Imagético).

MANZATTO, Antonio. **Teologia e Literatura: reflexão teológica a partir da antropologia contida nos romances de Jorge Amado.** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico.** São Paulo: Atlas, 2010.

MAYANAKI, Jacqueline; MURTA, Stela Maris. Cultura. In: MAYANAKI *et al.* **Cultura e Turismo.** São Paulo: IPSIS, 2007. (Coleção Caminhos do Futuro).

MELO, Ana Cristina Viana de. **Formulação de um modelo de observatório para o Turismo Cinematográfico em Brasília**. Brasília: Universidade de Brasília, 2009. (Dissertação de Mestrado).

MORIN, Edgar. O Cinema ou o Homem Imaginário. Lisboa: Relógio d'Água, 1956. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A Experiência do Cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes, 1983.

MORIN, Edgar. A Alma do Cinema. In: Xavier, Ismail (Org.). **A Experiência do Cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes, 1983.

MOTA, Lourenço Dantas; ABDALA JR., Benjamin (Orgs.). **Personae**: grandes personagens da literatura brasileira. São Paulo: Editora Senac, 2001.

NASCIMENTO, Flavio Martins e. **Cineturismo**. São Paulo: Aleph, 2009. (Coleção ABC do Turismo).

OMELETE. **Bilheteria Brasil**: Tropa de Elite 2 já é o filme mais lucrativo do ano no Brasil. Disponível em: <<http://omelete.uol.com.br/cinema/bilheteria-brasil-tropa-de-elite-2-ja-e-o-filme-mais-lucrativo-do-ano-brasil/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GRAMADO. **Gramado Inesquecível**: Explorando o Interior no roteiro do Quatrilho. Disponível em: <<http://www.gramado.rs.gov.br/index.php/Turismo/Explorando-o-Interior-no-Roteiro-do-Quatrilho.html>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

RCA TURISMO. **Nos passos de Harry Potter**. Disponível em: <<http://www.freewebs.com/expressohogwarts/lframes/bora.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

REIS, Marcelo de Carvalho; MANDETTA, Rubens. **Marketing**: Princípios e Aplicações. Campinas: Alínea, 2003.

RIVERA, Tania. **Cinema, imagem e psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ED., 2008.

ROSSI, Luiz Gustavo Freitas. **As cores da revolução**: a literatura de Jorge Amado nos anos 30. São Paulo: Annablume; Fapesp; Unicamp, 2009.

R7 Rio de Janeiro. **Conheça a Cidade de Deus, comunidade que Obama visita neste domingo**. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/noticias/conheca-a-cidade-de-deus-comunidade-que-obama-visita-neste-domingo-20110320.html>> Acesso em: 23 jul. 2012.

TRAVEL WEBSHOTS. **Wellington Airport**: Gollum strikes back! Disponível em: <<http://travel.webshots.com/photo/1249674313053602236TDZBS>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

TRINTA, Aluizio. In: COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR., Potiguara Mendes **Comunicação**: Tecnologia e Identidade. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

TROPA DE ELITE. Missão dada é missão cumprida. **Sobre o Filme**. Disponível em: <<http://www.tropadeeliteofilme.com.br/>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

TURNER, Graemer. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

VEIGA, Benedito. **Dona Flor da cidade da Bahia**: ensaios sobre a memória da vida cultural baiana. Rio de Janeiro: 7Letras; Salvador: Casa das Palavras; FCJA; FAPESB, 2006.