

Explorando o potencial do turismo cinematográfico no Recife: Uma análise detalhada das oportunidades e desafios

Exploring the potential of film tourism on Recife: a detailed analysis of opportunities and challenges.

Lethycia dos Montes Farias

Universidade Federal de Pernambuco - Departamento de Hotelaria e Turismo

RESUMO

A cidade do Recife no Brasil, possui um laço histórico notável com o cinema que é pouco analisado pela perspectiva do turismo, este artigo adota uma abordagem exploratória descritiva, com o objetivo de discorrer sobre as possibilidades de desenvolvimento do turismo cinematográfico no Recife e as narrativas dos atores responsáveis. Utilizando uma análise de entrevistas semiestruturadas com sete profissionais selecionados com atuação direta no setor audiovisual e turístico do Recife e do principal polo audiovisual brasileiro, a cidade de São Paulo. O artigo aborda as narrativas dos profissionais do audiovisual da cidade e explora as possibilidades de desenvolvimento do turismo cinematográfico com base nas narrativas relatadas na prática de atividades do segmento em São Paulo. Os principais resultados mostram que o Recife possui diversas ações disponíveis para promover o destino por meio do cinema local, conforme relatado pelos atores envolvidos no turismo e no setor audiovisual. Essas ações podem impulsionar o turismo cinematográfico, aproveitando a história e os recursos disponíveis na cidade, contribuindo para a promoção do Recife como um destino turístico atraente para os amantes do cinema.

Palavras-chave: Cinema. Recife. Turismo. Turismo Cinematográfico.

ABSTRACT

The city of Recife in Brazil, has a remarkable historical connection with cinema that is poorly analyzed from the perspective of tourism, this exploratory descriptive article discusses the possibilities for the development of film tourism in Recife and the narratives of the professionals responsible. Using semi structured scripts for interviews with 7 professionals selected in the audiovisual and tourism sectors of Recife and the main Brazilian audiovisual polo, the city of São Paulo. The article discusses the narratives of the city's audiovisual professionals and explores the possibilities for the development of film tourism based on reported narratives of the segment's activities in São Paulo. The main results show that Recife has various actions available to promote the destination through local cinema, as reported by the interviewed. These actions can boost film tourism by taking advantage of the history

and resources available in the city, contributing to the promotion of Recife as an attractive tourist destination for movie lovers.

Keywords: Cinema. Recife. Tourism. Film Tourism

1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história da indústria audiovisual, inúmeros registros destacam o impacto sociocultural resultante das obras cinematográficas. Parte desse impacto possibilitou o desenvolvimento do segmento do turismo cinematográfico, que pode ser descrito como visitação turística de locações relacionadas a produções audiovisuais. No decorrer da década de 90 surgem os primeiros registros do termo “Turismo induzido por filmes” do inglês “Movie-induced tourism” (Riley, Baker, & Van Doren, 1998; Riley & Van Doren, 1992; Tooke & Baker, 1996) definindo as primeiras análises oficiais das atividades de turismo cinematográfico a partir do número de visitantes nas locações de cenários, um fator de influência na construção social.

O turismo cinematográfico é um segmento do turismo que surge a partir da motivação da visitação de destinos presentes em filmes, séries e novelas (Connell, 2012). Ainda segundo Connell (2012), o turismo cinematográfico possui diversas nomenclaturas na literatura em inglês como: *movie induced-tourism* (Riley, Baker, & Van Doren, 1998; Riley & Van Doren, 1992; Tooke & Baker, 1996), *contents tourism* (Nishikawa, K., Seaton, P.A., & Takayoshi, Y. (2015) e *film tourism* (Beeton, 2005) como é amplamente conhecido.

Beeton (2006) descreve que o turismo cinematográfico pode existir nos formatos: *on-location*, sendo a visitação de cenários reais utilizados em produções audiovisuais, e *off-location*, nos casos de visitações em locais construídos com inspiração nas produções cinematográficas, como a realização de roteiros de Movie Map, que segundo Beeton (2005) são mapas indicadores dos locais de filmagens das séries cinematográficas e televisivas, sendo um importante instrumento de promoção para o destino, especialmente no Reino Unido e nos Estados Unidos, com versões interativas disponibilizadas na internet, assim como cópias em papel para potenciais visitantes e amantes de cinema e televisão.

No Brasil, existem poucos registros de atividade do turismo cinematográfico ocorrendo nacionalmente, a relação entre turismo e cinema nacional ainda é desconhecida (Korossy; Dos Santos Paes; Dias e Cordeiro, 2021), e na cidade do

Recife não é diferente. Apesar do Recife se apresentar como um polo cinematográfico de destaque, cenário de produções cinematográficas como *Tatuagem* de Hilton Lacerda (2013), *Era Uma Vez Eu, Verônica* de Marcelo Gomes (2012) e o exemplo de sucesso internacional *Aquarius* de Kleber Mendonça Filho (2016), a cidade ainda não desenvolveu o potencial turístico resultante do sucesso dessas e outras obras cinematográficas produzidas.

Diante deste cenário, esta pesquisa tem como objetivo analisar as possibilidades de desenvolvimento do turismo cinematográfico do Recife, juntamente com os atores do turismo e cinema da cidade do Recife.

Levando em conta a escassez de conhecimento científico sobre o turismo cinematográfico no Recife, a pesquisa enfatiza a importância da relação entre o cinema e a capital pernambucana que já foi considerada uma “Hollywood brasileira” na década de 20 (Rigaud, 2017) devido ao chamado “Ciclo do Recife”, que segundo Rigaud (2017), este ciclo foi fruto da grande repercussão das produções cinematográficas filmadas na cidade e que obtiveram grande sucesso, sendo o primeiro passo de contribuição para Recife se tornar um dos polos do cinema no Brasil durante a década de 20. Segundo Saraiva, (2017) durante o “Ciclo do Recife” diversas ações foram realizadas para promover os cinemas da cidade, como a “Exposição Geral”, Saraiva (2017) menciona que de acordo com a “Revista de Pernambuco”, que era um dos principais veículos de mídia no Recife na década de 20, destacou em suas publicações acontecimentos notórios durante a realização da “Exposição Geral”, como a divulgação dos filmes produzidos em Pernambuco, a ênfase na relação do cinema com a propaganda de cidades do estado, a produção comercial e industrial, e a admiração pelo trabalho do cinema americano em expansão. Dessa forma, eram disseminadas na Exposição, as realizações da administração pública e o avanço no desenvolvimento econômico do Estado.

Tendo em mente a rica trajetória sociocultural do Recife no que se refere à produção cinematográfica local, este estudo visa contribuir para o tema ao analisar a situação atual do turismo cinematográfico na cidade, juntamente com exemplos de sucesso na cidade de São Paulo. Buscando investigar de que maneira a atividade turística pode se apresentar como um elemento importante para revitalizar a identidade cultural do cinema recifense e fomentar a discussão acerca

do impacto socioeconômico das produções cinematográficas e das salas de cinema na região.

2 Fundamentação teórica

2.1 Turismo Cinematográfico

De acordo com Hudson e Ritchie (2006) o turismo cinematográfico é um fenômeno em crescimento a nível mundial e se encontra dentro do turismo cultural. Esse crescimento é impulsionado tanto pelo crescimento da indústria do entretenimento como pelo aumento das viagens internacionais. Como exemplos de ações do turismo cinematográfico de sucesso, temos as produções cinematográficas que deixaram sua marca na cultura, seja na cultura pop ou na cultura do local de filmagens.

O caso mais conhecido e citado de atividades do turismo cinematográfico de sucesso, a “*Hobbiton*”, set de filmagens da trilogia de filmes “*O Hobbit*” lançados em 2012, 2013 e 2014, do diretor Peter Jackson, faz parte da saga de sucesso global “*O Senhor dos Anéis*”, baseada nos livros do autor britânico *J. R. R. Tolkien*. De acordo com Hudson e Ritchie (2006), na Nova Zelândia, país que serviu como local de filmagens para todos os filmes da saga, o *Conselho de Turismo da Nova Zelândia* foi uma das primeiras *Organizações de Gestão de Destinos* a olhar para as produções cinematográficas como possíveis produtos de promoção turística.

Como resultado, o *Conselho de Turismo da Nova Zelândia* investiu na criação do equipamento turístico “*Hobbiton*”, onde o cenário conhecido por ser a moradia de um dos personagens principais da saga “*Hobbit*” reside, fazendo com que cerca de 50 mil turistas visitem o distrito de Matamata-Piako (Blommerde, 2020), onde “*Hobbiton*” está localizada.

O Brasil possui uma longa relação com a indústria audiovisual em todo o país, mas o grande polo audiovisual do país se concentra na região Sudeste, onde a maior parte das emissoras (como as Redes Globo, SBT e Bandeirantes) e as principais produtoras de audiovisual se encontram. Pesquisas realizadas pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual - OCA (2022) anunciaram que somente no estado de São Paulo, a indústria audiovisual tem impacto direto na

vida de mais de 1,5 milhões de paulistas e movimenta cerca de R\$5 bilhões por ano.

Além disso, as movimentações culturais em torno de obras produzidas na região, como a série da Netflix “3%” (2016-2020), do diretor Pedro Aguilera, que teve uma repercussão internacional de grande alcance, tornando-se a série de língua não inglesa mais assistida do mundo no ano de 2017 (Redação Hypeness, 2017) e resultando em ações de divulgação em festivais de cinemas e feiras nacionais e internacionais.

Para além da região Sudeste, a região Nordeste do Brasil, onde Recife se localiza, também tem ascendido no turismo cinematográfico nos últimos 20 anos, uma vez que o Nordeste é atualmente sede da “Hollywood Nordestina” como é popularmente chamada a cidade de Cabaceiras, no estado da Paraíba, que serviu de locação para obras cinematográficas como “O Auto da Compadecida” (2000) do diretor Guel Arraes.

Como observado por Brito, Vieira e Perinotto (2019), Cabaceiras é uma cidade que já possui atrativos turísticos relacionados às obras cinematográficas filmadas na região, como o roteiro turístico ofertado pela agência de viagens “Luck Receptivo”.

Segundo Melo (2021), o maior produto turístico derivado das produções audiovisuais realizadas em Cabaceiras é o Museu Cinematográfico, que não cobra ingressos para entrada de visitantes, e que a partir deste museu, a população da cidade se inspirou para criar outros atrativos derivados das obras cinematográficas locais como o Memorial Cinematográfico de Cabaceiras.

2.2 Atores do Turismo Cinematográfico

Segundo a Cartilha do Turismo Cinematográfico Brasileiro (2007), alguns dos fatores que influenciam na seleção dos locais de filmagens das produções audiovisuais são: clima, variedade de locações, diversidade étnica, localização, segurança, oferta de parque de produção atualizado e de equipes bilíngues. Deste modo é notório que o papel dos turismólogos em parceria com produtores de

cinema locais se faz necessário para garantir a oferta e desenvolvimento destes fatores. Fonseca e Nunes (2017) determinam que estes fatores podem estar classificados em 3 grupos: aspectos econômicos, infra estruturas e localização geográfica, sendo suficientes para tornarem os destinos atrativos para as produções de cinema.

Os atores do turismo cinematográfico estão agindo de forma direta em instituições como *Film Commissions* e *Organizações de Gestão de Destino*, segundo Campos, Gomes e Fonseca (2020) *Film Commissions* (FCs) são órgãos de caráter público ou privado, sem fins lucrativos, que trabalham para o fomento do audiovisual de uma determinada região.

Já as *Organizações de Gestão de Destino*, de acordo com o Guia Prático de Gestão de Destinos, da UNWTO (2007) são as organizações responsáveis pela gestão e/ou marketing de destinos turísticos individuais. Ao longo de todo o mundo existem inúmeras *Organizações de Gestão de Destino* e *Film Commissions*, as ações realizadas por estas instituições dentro do turismo cinematográfico podem variar entre: parcerias com produtores de audiovisual, planejamento de promoção do destino durante a pré/pós produção das obras audiovisuais e criação de atrativos turísticos inspirados nas obras cinematográficas filmadas nos destinos.

3. Metodologia

De acordo com Gil (2019), uma pesquisa exploratória tem como objetivo prover uma maior familiaridade com o problema, tornando este mais explícito e aumentando a fomentação de informações.

Com isso, devido à escassez de estudos científicos sobre o turismo cinematográfico, tendo como propósito analisar o potencial do segmento na cidade do Recife, o presente artigo teve uma abordagem qualitativa dentro de uma pesquisa exploratória, de acordo com Denzin e Lincoln (2006) uma pesquisa qualitativa acolhe uma abordagem interpretativa do mundo, permitindo que os pesquisadores estudem

os objetos em seus ambientes naturais, com o objetivo de entender os fenômenos em torno destes ambientes estudados.

Inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico em livros, artigos, revistas entre outros para analisar as características que definem o turismo cinematográfico e quem são os atores responsáveis por fazer com que ele aconteça.

Em seguida, tendo reunido estas informações foi realizada uma amostra de possíveis entrevistados e roteiros para os mesmos. Os roteiros possuem uma lógica de conversação própria, tendo como foco principal os objetivos da pesquisa (Leitão, 2021), e sendo realizados de forma semi-estruturada, com base nas experiências de cada entrevistado para alinhar aos objetivos da pesquisa. As entrevistas foram realizadas com o total de 7 entrevistados selecionados entre os atores do turismo e do cinema na cidade do Recife, e com profissionais do cinema de São Paulo, tendo como critério de seleção dos entrevistados, profissionais que tenham alguma experiência, ou ligação prévia com o desenvolvimento da promoção de destinos turísticos através de ações associadas ao mercado audiovisual ao longo de sua trajetória profissional.

O Quadro 1 resume o número de entrevistados, seus gêneros, a atuação profissional atual, a cidade de origem e em qual setor as suas atividades relacionadas ao objetivo da pesquisa impactam.

Quadro 1 - Resumo das entrevistas

Entrevistado	Gênero	Atuação Profissional	Origem	Setor
Kate Saraiva	Feminino	Arquiteta/Cineasta	Recife	Cinema
Sandra Bertini	Feminino	Diretora/Produtora	Recife	Cinema/Eventos/Turismo
Ingrid Xavier	Feminino	Produtora	Recife	Cinema/Pesquisa
Vitória Victor	Feminino	Produtora	Recife	Cinema/Pesquisa
Diogo Mattos	Masculino	Ator/Roteirista/Criador de conteúdo digital	São Paulo	Cinema/Turismo
Leandro Perez	Masculino	Ator/Roteirista/Criador de conteúdo digital	São Paulo	Cinema/Turismo

Carolinne Golfeto	Feminino	Coordenadora	São Paulo	Cinema/Turismo
-------------------	----------	--------------	-----------	----------------

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

As entrevistas em profundidade foram conduzidas entre Março de 2023 e Abril de 2023, com duração média de 40 minutos, conforme agendamento prévio seguindo a disponibilidade dos entrevistados. A entrevista conduzida com a entrevistada Kate Saraiva, deu início por se tratar de uma das primeiras autoras a contribuir com a literatura da história dos cinemas do Recife, e transformar este trabalho literário em roteiro turístico. A entrevista realizada com Sandra Bertini serviu para aprofundar o material do cenário do festival CinePE, maior festival de cinema da cidade do Recife e a correlação do festival com o turismo na cidade. A entrevista com Ingrid Xavier e Vitória Victor, enriqueceu a pesquisa por obter respostas de produtoras envolvidas diretamente na curadoria e acervo das obras de cinema produzidas no estado de Pernambuco. A entrevista com Diogo Mattos e Leandro Perez, potencializou a análise por apresentar respostas de dois profissionais que praticam ativamente turismo cinematográfico em suas vivências como criadores de conteúdo digital na página “Sabe Aquela Cena” no Instagram, desde 2020. Finalizando as entrevistas realizadas, a entrevista com Carolinne Golfeto potencializou a coleta de dados, por ter obtido respostas originárias de uma profissional que trabalha ativamente na promoção do destino de São Paulo através do cinema, e colaborou com sugestões de métodos a serem replicados na cidade do Recife.

Os resultados obtidos foram transcritos e analisados de forma qualitativa, tendo como objetivos: caracterizar Recife do ponto de vista do audiovisual, a partir dos relatos fornecidos nas respostas dadas pelos entrevistados de Recife, assim também como apontar qual o potencial das atividades de turismo cinematográfico que podem ser realizadas na cidade, com base nos relatos da vivência dos profissionais de São Paulo. Podendo obter uma análise profunda do potencial total da cidade do Recife para a realização das atividades relacionadas ao turismo cinematográfico.

4. Análise e discussão dos resultados

“A conexão e gratidão do público todo ano é o principal combustível para mantermos nossas atividades funcionando ao longo destes 30 anos em que trabalho com cinema, apesar de tudo resistimos, e levantamos o nome do cinema de Recife com gosto!”

(Sandra Bertini)

O comentário da entrevistada Sandra Bertini ao longo da entrevista, é um exemplo de destaque que ilustra a realidade da conexão dos moradores e turistas no Recife com o cinema local. Este trecho retirado da fala dela dialoga diretamente com os resultados obtidos na análise das ações e planos para o desenvolvimento do turismo cinematográfico em Recife.

Atores do turismo cinematográfico

Através das respostas dos entrevistados, é possível identificar quem são os atores do turismo cinematográfico realizando ações qualificadas dentro do segmento na cidade do Recife e de São Paulo, conforme a experiência relatada pelos entrevistados Diogo Mattos e Leandro Perez e pela entrevistada Carolinne Golfeto, foi possível realizar uma análise geral das ações de turismo cinematográfico que já ocorrem há um período de tempo maior e estão em estágio mais avançado em São Paulo, com base nas respostas destes entrevistados, é possível registrar exemplos onde o público se sente motivado a visitar ou revisitar destinos da cidade após verem o destino tendo destaque através do trabalho de curadoria de locações e reprodução das cenas que Diogo Mattos e Leandro Perez realizam com o “Sabe Aquela Cena”, segundo relatos dos entrevistados, já receberam diversos depoimentos de pessoas que foram alcançadas pelo seu trabalho e agradeceram pela representação de lugares que apresentavam uma memória afetiva, ou que graças a estas fotos, surgiu a vontade de não só iniciar as séries, novelas e filmes das cenas, como de visitar as locações para aprofundar a experiência compartilhada pela reprodução das cenas. O trabalho realizado por Diogo Mattos e Leandro Perez é fortemente incentivado, e realizado em colaboração com o de Carolinne Golfetto, que é atualmente a coordenadora da SP Film Commission, empresa que surgiu a partir da iniciativa da prefeitura de São Paulo, a SP Film Commission surgiu em

2016 com a principal responsabilidade de captar produções de cinema nacionais e internacionais para realização da gravação na cidade de São Paulo e catalogar locações utilizadas nas produções. Carolinne Golfetto relata que o objetivo principal da SP Film Commission é fomentar o audiovisual de São Paulo através de ações como incentivo a realização de produções na cidade, catalogação de cenários, incentivo a formação de novos profissionais do audiovisual, e distribuição dos dados para o público ter conhecimento da movimentação deste setor na cidade. Diogo Mattos e Leandro Perez comentaram que muito de seu trabalho, também se deve a parceria que surgiu com a SP Film Commission graças a este mapeamento das locações, assim como, em casos onde as locações eram de difícil acesso, auxiliar o acesso para que a dupla possa realizar o seu trabalho de reprodução das cenas.

Na realidade da cidade do Recife, a entrevistada Sandra Bertini relata que prestes a realizar a 27ª edição do Festival CinePE, o cenário do cinema pernambucano tem mudado bastante, quando surgiu originalmente a ideia de criar o CinePE, Sandra Bertini relata que foi uma ideia conjunta com seu marido, após terem visitado o Festival de Cinema de Gramado, e terem pensado que havia um potencial para adaptar a realidade deste modelo de evento na cidade do Recife, e decidiram em conjunto com amigos que trabalhavam como cineastas, que iriam a partir dali implantar um festival voltado para exaltação do cinema pernambucano.

Kate Saraiva, assim como Sandra Bertini, analisou que havia uma lacuna dentro do cinema de Recife a ser preenchida, e realizou como foco de pesquisa, um mapeamento histórico sobre os cinemas antigos que já existiram na cidade, e dentro de seus relatos enfatizou o quão antiga e forte é a relação entre os recifenses e o cinema criado na cidade, os prédios mapeados por Kate Saraiva em sua pesquisa, possuíam extrema importância na sociedade pernambucana em seus dias de funcionamento, e Kate Saraiva foi a primeira autora a relatar na literatura onde e quais os papéis que cada um deles exercia, e durante sua entrevista, Kate Saraiva enfatiza que acredita que a relação do público do Recife com o cinema de hoje ainda permanece forte, apesar da centralização dos cinemas dentro de shoppings e a quase extinção dos cinemas de rua, Kate Saraiva acredita que o público do Recife gosta de ver a cidade sendo representada pelo cinema e comenta sobre o chamado “bairrismo” que é saciado ao reconhecer Recife como terra de cinema.

Oportunidades do turismo cinematográfico

“Nós vimos nas redes sociais exemplos de pessoas que reproduziam cenas de filmes estrangeiros e ao pesquisar sobre exemplos do Brasil e ver que não tinha ninguém fazendo a atividade tomamos a iniciativa de nós mesmos aproveitarmos a oportunidade de reproduzir esses filmes, séries e novelas que se passaram por São Paulo”

(Diogo Mattos e Leandro Perez)

Assim como mencionado no comentário feito pelos entrevistados Diogo Mattos e Leandro Perez, dentre as práticas do turismo cinematográfico está a de reprodução de cenários das produções, onde diversas pessoas ao redor do mundo realizam visitas turísticas programadas para locais tendo a reprodução de cenários como fator motivacional.

Um dos efeitos do isolamento mundial realizado durante a pandemia do Covid-19, foi o aumento no consumo de serviços de streaming para assistir produções audiovisuais, o que de acordo com a pesquisa realizada entre usuários do Expedia, Hoteis.com e Vrbo resultou na confirmação de dois terços dos viajantes entrevistados adicionando locais presentes nos cenários das produções de streaming em seus roteiros turísticos em 2023.

Tendo em mente o crescimento do segmento do turismo cinematográfico mundialmente neste período, trabalhos como o realizado por Diogo Mattos e Leandro Perez se tornam ainda mais simbólicos na representação do turismo cinematográfico como uma oportunidade de conectar os turistas às produções audiovisuais favoritas. Assim como reforça a importância de trabalhos como o de Sandra Bertini, que mantém o grande festival de cinema de Pernambuco CinePE, em plena realização para reforçar o potencial do estado e da capital Recife, onde o festival é realizado.

Outra oportunidade de realizar atividades derivadas do turismo cinematográfico, foi mencionada por Kate Saraiva em sua entrevista. Kate Saraiva compartilhou como em 2019, pouco antes da chegada da pandemia do Covid-19, foi convidada pela agência de roteiros turísticos La Ursa Tours, para transformar sua obra em roteiro turístico no Recife, tendo como base o mapeamento dos locais onde ficavam os cinemas antigos da cidade apresentado como material original e inédito por Kate Saraiva.

Discussão: Diferenças entre o cenário em São Paulo e Recife

“A cidade de São Paulo tem um mercado audiovisual muito bem consolidado e que possibilita a realização de diversas atividades no setor, um dos trabalhos que a SP Film Commission oferta é a consultoria para que outras cidades do Brasil possam implementar a sua própria Film Commission”

(Carolinne Golfetto)

Levando em consideração o comentário realizado pela entrevistada Carolinne Golfetto, é possível identificar que dentre as atividades realizadas pela SP Film Commission, há uma preocupação em fomentar o audiovisual para além da cidade de São Paulo, ao mencionar as consultorias realizadas pela SP Film Commission para outras cidades, Carolinne Golfetto acrescenta que a cidade de Salvador, capital da Bahia, estado do Nordeste brasileiro, foi uma dessas cidades. O foco da SP Film Commission durante essas consultorias não é somente replicar as atividades realizadas na cidade de São Paulo, mas sim utilizar do exemplo e experiência da organização para adaptar a realidade das cidades que desejam explorar o potencial do audiovisual na gestão de seu destino.

Na realidade da cidade do Recife, dentre os comentários compartilhados pelas entrevistadas Ingrid Xavier e Vitória Victor, é mencionado constantemente como a Cinemateca Pernambucana tem um papel importante na preservação e fomento do audiovisual pernambucano, mas que apesar dessa importância, existe uma dificuldade em alcançar apoio externo para divulgação do trabalho realizado pela curadoria da Cinemateca Pernambucana.

O desafio apresentado pelas entrevistadas representantes da Cinemateca Pernambucana, apresenta semelhança com o desafio mencionado por Sandra Bertini ao falar sobre a construção do CinePE nos últimos anos, onde a principal dificuldade tem sido a de alcançar apoio externo para manter os seus patrocinadores de anos presentes na colaboração do festival. Sandra Bertini compartilhou em sua entrevista, como uma mudança recente na Lei Rouanett, a qual é beneficiária por ser produtora cultural, colocou em risco a parceria com um dos mais antigos patrocinadores do festival CinePE, o que prejudicaria a realização do evento.

5. Conclusões

Considerando o cenário analisado, é possível identificar a presença de profissionais em diferentes setores na realização de atividades do turismo cinematográfico na cidade do Recife, desde profissionais que dedicam mais de 30 anos a produção de eventos para fomentar o audiovisual pernambucano nacionalmente e internacionalmente, até profissionais que se dedicam mais recentemente a pesquisa e preservação da história e das obras do cinema do estado de Pernambuco como retorno para população.

Apesar disto, é notável que estes profissionais enfrentam desafios significativos na busca por estabilizar e ampliar as suas atividades, em um cenário do Recife onde o seu último cinema de rua, o Cinema São Luiz, se encontra atualmente interditado desde Maio de 2022, e onde os profissionais responsáveis pela manutenção do cinema foram demitidos em massa pouco antes da interdição completar um ano, é inevitável não temer o descaso com a importância sociocultural deste local, como um dos últimos símbolos do que foi a grande era do "Ciclo do Recife" na década de 20.

Tendo em vista as colaborações realizadas nesta pesquisa pelos profissionais do cinema e turismo de São Paulo, é possível visualizar exemplos de atividades do turismo cinematográfico que podem lembrar e auxiliar a reforçar a importância da conexão da população local e dos visitantes com cenários e locações das produções audiovisuais realizadas na cidade.

Considerando a forte relação dos recifenses com o cinema, apresentada durante a análise, voltar a atenção dos atores do turismo e do cinema em Recife para as oportunidades inéditas de práticas do turismo cinematográfico na cidade se mostra cada vez mais importante para capital pernambucana reconquistar a importância para o audiovisual que possuía no período do "Ciclo do Recife", seguindo uma tendência que tem crescido mundialmente, mas deixando a marca da cidade no turismo cinematográfico.

Por fim, conclui-se que diante das oportunidades analisadas, a relação da cidade do Recife com o cinema possui um forte potencial para desenvolvimento da prática do turismo cinematográfico. Que apesar de apresentar uma lacuna significativa em seu desenvolvimento, possui profissionais e público alvo dispostos a colaborar para evolução da prática na cidade.

REFERÊNCIAS

BEETON, Sue. **Film-Induced Tourism**. Bristol: Channel View Publications, 2005.

270 p. v. 1. Disponível em:

https://books.google.com.br/books?id=3z1i3VcYyGQC&hl=pt-PT&source=gbs_navlinks_s. Acesso em: 18 ago. 2022.

BEETON, Sue. Understanding film-induced tourism. **Tourism Analysis**, [s. l.], v. 111, ed. 3, p. 181-188, 2006. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/233489857_Understanding_Film-induced_Tourism. Acesso em: 16 ago. 2022.

BLOMMERDE, Chloe. **Hobbits' home faces the biggest drop in visitor spend, report says**. [S. l.], 15 out. 2020. Disponível em:

<https://www.stuff.co.nz/national/123047412/hobbits-home-faces-the-biggest-drop-in-visitor-spend-report-says>. Acesso em: 27 set. 2022.

CAMPOS, João Lucas; GOMES, Christianne Luce; FONSECA, Juliara Lopes da.

Atuação das Film Commissions da Região Sudeste do Brasil: Interfaces com o

Turismo Cinematográfico. **Marketing & Tourism Review**, [s. l.], v. 5, ed. 1, 2020.

Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/5882>. Acesso em: 3 ago. 2022.

Connell, J. (2012). Film tourism - Evolution, progress and prospects. **Tourism**

Management, 33 (5), 1007 – 1029. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>.

Acesso em 04 mar. 2023.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa**

qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). *O planejamento da*

pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p.

15-41.

FONSECA, Júlia Fragoso da; NUNES, Sara. As características de um destino turístico reveladas através de uma produção cinematográfica e a sua interligação com os consumidores. **Marketing & Tourism Review**, [s. l.], 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HUDSON, Simon; RITCHIE, J. R. Brent. Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. **Journal of Travel Research**, [s. l.], v. 44, ed. 4, p. 387-396, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237807231_Promoting_Destinations_via_Film_Tourism_An_Empirical_Identification_of_Supporting_Marketing_Initiatives. Acesso em: 4 ago. 2022.

KOROSSY, Nathália; DOS SANTOS PAES, Rute Gabriela; DIAS E CORDEIRO, Itamar José. Estado da arte sobre turismo e cinema no Brasil: uma revisão integrativa da literatura. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 109-140, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/17212>. Acesso em: 18 ago. 2022.

Melo, P. F. C. d. (2021). *Cinema e Turismo em Cabaceiras : uma análise da atuação dos agentes públicos no desenvolvimento do Turismo Cinematográfico*. Dissertação (Mestrado em Hotelaria e Turismo) - Universidade Federal de Pernambuco. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/39379>. Acesso em 04 mar. 2023.

MELO, Priscila F. C.; KÖRÖSSY, Nathália. Estratégias para o desenvolvimento do turismo cinematográfico: um guia prático. Recife: **Universidade Federal de Pernambuco**, 2021. Material didático destinado a gestores públicos do turismo. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40275>. Acesso em: 08 ago. 2022.

Ministério do Turismo do Brasil. Turismo Cinematográfico Brasileiro, 2007.

Acessado em 26 de setembro de 2022, disponível em

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cinematografico-brasileiro.pdf>.

Nishikawa, K., Seaton, P., & Takayoshi, Y. (2015). The Theory and Practice of Contents Tourism. *Research Faculty of Media and Communication, Hokkaido University*, 1-79. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/2115/58300>. Acesso em 05 fev. 2023.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL - OCA. **Mercado Audiovisual Brasileiro**. [S. l.], 2022. Disponível em:

<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/mercado-audiovisual-brasileiro>. Acesso em: 5 set. 2022.

REDAÇÃO HYPENESS. **3% é a série de língua não-inglesa mais assistida nos EUA**. [S. l.], 2017. Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2017/03/3-e-a-serie-de-lingua-nao-inglesa-mais-assistida-nos-eua/>. Acesso em: 1 out. 2022.

RIGAUD, Lucas. Os Cinemas de Rua do Recife. *In*: RIGAUD, Lucas. **O Canto do Cinema**: 65 anos do São Luiz. [S. l.], 2017. Disponível em:

<https://webjornalismo.unicap.br/ocantodocinema/site/index.php/os-cinemas-de-rua-do-recife/>. Acesso em: 15 set. 2022.

RIGAUD, Lucas. Uma projeção de História. *In*: RIGAUD, Lucas. **O Canto do Cinema**: 65 anos do São Luiz. [S. l.], 2017. Disponível em:

<https://webjornalismo.unicap.br/ocantodocinema/site/index.php/2017/05/15/uma-projecao-de-historia-rascunho/>. Acesso em: 15 set. 2022.

RILEY, Roger W.; DOREN, Carlton Van. Movies as tourism promotion: A 'pull' factor in a 'push' location. **Tourism Management**, [s. l.], v. 13, ed. 3, p. 267–274, 1992.

Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/026151779290098R>. Acesso em: 16 ago. 2022.

RILEY, Roger; BAKER, Dwayne; VAN DOREN, Carlton S. Movie induced tourism.

Annals of Tourism Research, [s. l.], v. 25, ed. 4, p. 919-935, 1998. Disponível em:

<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-0032438869&origin=inward&txGid=0bdfd708febd528b8608c474cb0dbd84>. Acesso em: 16 ago. 2022.

Saraiva, K. V. A. (2017). *Recife: cidade e cinema (1922-1931)*. Dissertação

(Mestrado em Desenvolvimento Urbano) - Universidade Federal de Pernambuco.

<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/29923>.

Set-Jettors: TV Tourism Overtakes Social Feed Fantasies. (2023). Expedia.

Retrieved March 2, 2023, from

<https://www.expedia.com/see/2023traveltrends-expedia/trends-exp?mcid=cp.cplite.2023traveltrends-expedia>

TOOKE, Nichola; BAKER, Michael. Seeing is believing: the effect of film on visitor numbers to screened locations. **Tourism Management**, [s. l.], v. 17, ed. 2, p. 87-94, 1996. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0261517795001115#!>. Acesso em: 16 ago. 2022.