

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

THAILA EMMANUELLE PADILHA DE SOUZA

**IMPERIUS! HARRY POTTER COMO MOTIVAÇÃO PARA A ATIVIDADE
TURÍSTICA**

São Paulo
2023

THAILA EMMANUELLE PADILHA DE SOUZA

**IMPERIUS! HARRY POTTER COMO MOTIVAÇÃO PARA A ATIVIDADE
TURÍSTICA**

Trabalho de conclusão de curso de
graduação em Turismo, apresentado ao
Departamento de Relações Públicas,
Propaganda e Turismo.

Orientação: Prof Gino Giacomini Filho

São Paulo
2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Padilha, Thaila

Imperius: Harry Potter como motivação para a atividade turística / Thaila Padilha; orientador, Gino Giacomini Filho. - São Paulo, 2023.

90 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo /
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

1. Turismo cinematográfico. I. Giacomini Filho, Gino .
II. Título.

CDD 21.ed. - 910

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Padilha, Thaila

Título: Imperius! Harry Potter como motivação para a atividade turística

Aprovado em: 10/07/2023

Banca:

Nome: Gino Giacomini Filho

Instituição: Universidade de São Paulo - USP

Nome: Daniel Novaes Sampaio Celli

Instituição: Rio Film Commission

Nome: Ana Carolina Padua Machado

Instituição: Sesc - Serviço Social do Comércio

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha avó (*in memoriam*), Dona Adélia, que proporcionou muitas sessões de filmes em sua casa para mim, minhas irmãs e meus primos, onde assisti a Harry Potter diversas vezes, sempre acompanhado do melhor bolinho de chuva do mundo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus amigos que fizeram parte dessa minha jornada acadêmica e que me ajudaram e me apoiaram até aqui, para que eu pudesse concluir este trabalho e essa graduação, por terem sempre me apoiado e me ajudado tanto em todo o processo deste trabalho e por me acompanharem desde o primeiro dia de aula, até o último.

Agradeço também a professora Ana Carolina Padua Machado, por ter me apoiado nos processos iniciais deste trabalho, por toda a paciência e carinho. E por fim, mas realmente não menos importante, agradeço ao meu orientador, o professor Gino Giacomini Filho, que aos 45 do segundo tempo acolheu o meu trabalho.

EPÍGRAFE

“Afinal, aquilo que amamos sempre será parte de nós.” J.K. Rowling

Figura 1 – Visita ao parque *Wizarding World of Harry Potter*



Fonte: Acervo próprio, 2023.

RESUMO

O presente trabalho visa entender como se dá a relação entre o turismo e o cinema, que dá origem a um dos muitos segmentos que fazem parte da atividade turística, denominado como Turismo Cinematográfico. Essa modalidade se evidencia quando um determinado destino passa a receber turistas com o principal objetivo de visitar um cenário ou ambiente relacionado a uma produção cinematográfica. Para ilustrar o tema da pesquisa, foi utilizada a seguinte metodologia: entrevista e pesquisa bibliográfica e documental, onde foi possível perceber como resultado o efeito de um destino como personagem em uma produção cinematográfica e como a atividade turística pode ser consequência disso, assim como também foi importante entender o cinema como ferramenta de merchandising e marketing para um destino; estudo de caso para explorar a questão problema da pesquisa, utilizando a saga de filmes Harry Potter, onde foram utilizadas pesquisas bibliográficas, questionário e pesquisa de observação, a fim de explorar os efeitos da saga no turismo da região onde foram estabelecidos dois de seus produtos turísticos, o estúdio de gravação da saga, em Londres, e um de seus parques temáticos, em Orlando. Também são apontados outros exemplos de sagas famosas da cultura POP como grandes motivações na escolha de um destino, mostrando como os fãs podem ser motivados a irem para os locais turísticos relacionados a elas, através do vínculo afetivo e do desejo de viver as aventuras de seus personagens favoritos.

Palavras-chave: turismo cinematográfico, Harry Potter, sagas, filmes.

ABSTRACT

The present work aims to understand how the relationship between tourism and cinema occurs, which gives rise to one of the many segments that are part of the tourist activity, called film induced tourism. This modality is evident when a certain destination starts to receive tourists with the main objective of visiting a scenario or environment related to a cinematographic production. To illustrate the theme of the research, the following methodology was used: interview and bibliographical and documental research, where it was possible to perceive as a result the effect of a destination as a character in a cinematographic production and how the tourist activity can be a consequence of this, as well as it was important to understand cinema as a merchandising and marketing tool for a destination; case study to explore the problem question of the research, using the Harry Potter film saga, where bibliographical research, questionnaire and observation research were used, in order to explore the effects of the saga on tourism in the region where two of its touristic products were established, the saga's recording studio, in London, and one of its theme parks, in Orlando. Other examples of famous sagas of POP culture are also pointed out as great motivations in choosing a destination, showing how fans can be motivated to go to touristic places related to them, through the affective bond and the desire to live the adventures of their favorite characters.

Keywords: film induced tourism, Harry Potter, sagas, movies.

SUMÁRIO

1. ALOHOMORA! INTRODUÇÃO	11
1.1. Anapneo! Justificativa do tema	13
1.2. Partis Temporus! Objetivos	15
1.3. Brachiabindo! Metodologia	16
2. LEGILIMENS! TURISMO E CINEMA	19
2.1. Expelliarmus! Film commissions	23
2.2. Accio! Ações para o incentivo ao turismo cinematográfico	25
2.3. Prior Incantato! Estratégias da indústria cinematográfica para diversificar o alcance de filmes com a criação de subprodutos turísticos, lazer e entretenimento	27
2.4. Bombarda! Como as cidades lidam com a explosão de fãs	29
3. PIERTOTUM LOCOMOTOR! A CULTURA POP COMO MOTIVAÇÃO NA ESCOLHA DE UM DESTINO	32
3.1. Capacious extremis! Exemplos de locais relacionados a cultura pop e impactados pelo turismo cinematográfico	34
4. IMPERIUS! A SAGA HARRY POTTER COMO MOTIVAÇÃO NA ESCOLHA DE UM DESTINO	45
4.1. Periculum! Harry Potter e a Jornada do Herói	47
4.2. Lumus! O sucesso de Harry Potter e o turismo	50
4.2.1. Carpe Retractum! Estúdios de gravação de Harry Potter na Inglaterra	52
4.2.2. Portus! Parque Wizarding World of Harry Potter - Estados Unidos	58
5. PROTEGO! ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO	68
5.1. Seção 1 - Perfil dos respondentes:	69
5.2. Seção 2 - Motivação de viagem através dos filmes e séries da cultura pop:	71
5.3. Seção 3 - Harry Potter:	77
6. FINITE INCANTATEM! CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
7. EXPECTO PATRONUM! REFERÊNCIAS	86

1. ALOHOMORA! INTRODUÇÃO

“Palavras na minha tão humilde opinião são nossa inesgotável fonte de magia.” J. K. Rowling.

Figura 2 - Alvo Dumbledore, personagem da saga Harry Potter



Fonte: Google, em 06 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdZpJKPW1EypJvX0e-L3Yk-hkEtRg:1686352568318&q=alvo+dumbledore&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwikuLPuqLf_AhVipZUCHb6ZDXkQ0pQJegQIDRA&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=FoMg5gTsPQwOhM).

O turismo possui um campo vasto para estudo, dividido em diversos segmentos, com o objetivo de melhor organização e planejamento, pois quando se segmenta a partir de suas características individuais e colocação no mercado, fica mais fácil entender as necessidades e prioridades de demanda de cada um. O turismo cinematográfico está inserido entre os diversos segmentos do campo do turismo, porém, ainda em desenvolvimento.

Assim como o turismo, o cinema também está presente em muitos momentos do lazer na vida da sociedade e, por este motivo, tem grande participação nas escolhas, gostos e estilo de vida dessas pessoas. A respeito disso, pode-se afirmar que:

O Cinema não é apenas uma forma de expressão cultural, mas também um meio de representação. Através de um filme representa-se algo, seja uma realidade percebida e interpretada, ou seja, um mundo imaginário livremente criado pelos autores de um filme. (BARROS, 2007).

Essa frase pode ser relacionada também com o turismo cinematográfico, visto que ele puxa um aspecto emocional e de representação do cinema em relação aos fãs e telespectadores. Esse aspecto do cinema de representação, faz com que ele se torne algo muito pessoal do indivíduo, por envolver os seus gostos e preferências, representando diversos aspectos da sua personalidade. O foco deste trabalho é justamente explorar este lado e buscar essa relação com o turismo e o lado emocional que envolve os filmes, como na saga Harry Potter, pois, nesses casos, o cinema age como um incentivo ao telespectador de se locomover aos destinos que aparecem em seus filmes e séries favoritos.

O cineturismo se constrói a partir do desejo em conhecer lugares em que filmes, séries e programas de tv famosos foram filmados, instigando o telespectador a visitá-lo (Nascimento, 2009). Este segmento ainda está em desenvolvimento pelo mundo, pois percebe-se que ainda não é muito conhecido por este nome pelos turistas, ou muito falado em artigos relacionados à área turística. Geralmente, os turistas até praticam a atividade, porém sem necessariamente saber que é um segmento estruturado do turismo, apenas sentem uma grande vontade de conhecer os locais onde foram gravados seus filmes e séries favoritos, porém, por conta da falta de estudos sobre o segmento, ainda é pouco reconhecido como uma área dentro do turismo.

O que torna o turismo cinematográfico bastante atraente é o fato de que o cinema tem o poder de transformar o telespectador em uma forma de turista virtual (Alves, 2020), o que aumenta ainda mais o desejo desse telespectador de estar de fato neste local, e ao descobrir que ele realmente existe, cria uma vontade muito grande de poder viver aquilo que seus personagens favoritos viveram em suas histórias, criando essa possibilidade de o turista sentir que está vivendo as mesmas aventuras.

A intangibilidade do produto turístico, ou seja, o fato de que não há um “*test driver*”, possibilidade de troca do produto ou algo parecido, causa certa insegurança aos turistas, pois é um produto que só é possível saber se realmente vale a pena e se realmente agrada o consumidor após o seu consumo (Silva, Pereira, Moreira & Perinotto, 2011). Este é um dos motivos que a comunicação de um destino é de extrema importância para o turismo, visto que é através de propagandas, fotos, vídeos, e, como o presente trabalho busca evidenciar, o próprio cinema, que os olhares dos turistas são atraídos. O cinema tem um papel ainda mais fundamental

nessa divulgação do destino e pode proporcionar uma segurança maior para o turista de que pode ser uma boa experiência. Percebe-se esse fato, pois em uma produção cinematográfica o turista em potencial que está assistindo vê não somente o lugar e seus encantos, mas também as experiências vividas pelas personagens, e faz com que o desejo se instale de forma intensa nas pessoas.

1.1. Anapneo! Justificativa do tema

Como aluna do curso de turismo em uma escola de comunicação e artes, desde o começo da graduação estive cercada por diversas formas de comunicação, o que serviu de incentivo para despertar o meu interesse pela área, de forma a correlacionar com o meu objeto de estudo: o turismo.

Tudo começou em um evento organizado pela Agência de Comunicações ECA Jr, em 2019, na Universidade de São Paulo, com a temática do turismo cinematográfico, chamado “Veredas: Turismo e Cinema”, onde tive a oportunidade de participar da produção e ser apresentada ao tema que captou muito o meu interesse. A partir disso, passei a relacionar duas partes da minha vida: o turismo, que faz parte da minha vida profissional e acadêmica, e o cinema, uma grande paixão pessoal.

A quantidade de estudos acerca do tema ainda é pequena, algo muito perceptível ao realizar buscas em bases de dados de produções científicas, onde foram encontrados poucos materiais, principalmente em português. Körössy e Paes (2020) trazem em seus estudos que o tema de cineturismo ainda é muito recente e escasso no Brasil, não somente no desenvolvimento da atividade em si, mas também nos referenciais teóricos, visto que o primeiro artigo relacionado ao tema foi publicado em periódico nacional somente em 2011. Isso pode ser uma consequência do fato de que a atividade ainda está pouco desenvolvida no país, o que faz com que o assunto não seja tão discutido no meio acadêmico também.

O cinema pode impactar em um destino de diversas formas, seja no aumento de visitações no local onde ocorreram gravações, seja em um subproduto criado para atender os fãs de uma determinada produção, ou até mesmo os efeitos causados em estabelecimentos ligados ao turismo, como hotéis e restaurantes temáticos. Um exemplo de local impactado pela gravação de produções cinematográficas na região, é o hotel *Protea Victoria Junction*, na África do Sul, que

foi desenvolvido de forma temática para os executivos do cinema, para quando estiverem a trabalho no país (Hayata; Madril, 2009). A partir disso, abre-se uma grande oportunidade para se estudar o tema, visto que há poucos estudos desenvolvidos sobre este segmento e, principalmente, do recorte feito para a questão problema deste trabalho, que busca estudar o caso da saga de sucesso Harry Potter e a sua relação com o turismo, baseando-se em dois de seus subprodutos turísticos: o estúdio de gravações em Londres, na Inglaterra, e o parque temático em Orlando, nos Estados Unidos. A escolha para esta pesquisa foi de Harry Potter, entre tantas outras sagas, devido a sua potencialidade mais diversa de atingir o turismo, pois além dos locais de gravação em Londres, a saga também mobilizou outros setores com subprodutos turísticos, como a construção de parques temáticos nos Estados Unidos, em Orlando e na Califórnia, e o estúdio de gravação da *Warner Bros* em Londres, além de restaurantes temáticos espalhados por todo o mundo, inclusive no Brasil, o que mostra uma maior facilidade de exploração da movimentação de locais que fazem parte da cadeia produtiva do turismo, como demonstrado abaixo nas figuras 1 e 2:

Figura 3 - Parque Temático de Harry Potter nos Estados Unidos



Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

([https://www.google.com/search?q=wizarding+world+of+harry+potter&tbo=isch&ved=2ahUKEwjHxe3V5sr_AhVcD7kGHdHfBIIQ2-cCegQIABAA&oq=wizarding+world+of+&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECCMQJ1DjBVj9CGCWEmgAcAB4AIAB4wKIAYYIkgeHMC4yLjluMZgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=qumNZMfINNye5OUP0b-bkAU&bih=746&biw=1536#imgrc=ZZVqtMX](https://www.google.com/search?q=wizarding+world+of+harry+potter&tbo=isch&ved=2ahUKEwjHxe3V5sr_AhVcD7kGHdHfBIIQ2-cCegQIABAA&oq=wizarding+world+of+&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECCMQJ1DjBVj9CGCWEmgAcAB4AIAB4wKIAYYIkgeHMC4yLjluMZgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=qumNZMfINNye5OUP0b-bkAU&bih=746&biw=1536#imgrc=ZZVqtMX))
B8LY7VM)

Figura 4 - Pizzaria Temática de Harry Potter em Gramado/RS



Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEddPyFiUOijFFxfQT0EoeEH36MUK7w:1687022104667&q=Pizzaria+Tem%C3%A1tica+de+Harry+Potter+em+Gramado/RS&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiNmJuK58r_AhXxH7kGHWcsBj8Q0pQJegQIDB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=625fw4xkOawAZM)

1.2. *Partis Temporus!* Objetivos

O objetivo deste trabalho é entender de que forma essas duas variáveis, o turismo e o cinema, se relacionam, e como uma saga famosa de diversos filmes consegue, utilizando de aspectos emocionais e nostálgicos, instigar os fãs a visitarem locais turísticos relacionados a esses filmes e séries. Para atingir esse propósito, será mostrado ao longo da pesquisa, alguns exemplos de sagas famosas que concretizaram esse objetivo, como os filmes de “O Senhor dos Anéis”, onde o sucesso foi tão grande que foi criado um novo cargo público que ganhou o nome de ‘Senhor e Ministro dos Anéis’, onde o responsável cuidaria de todo o sucesso envolvendo a saga, a fim de beneficiar tanto o setor audiovisual quanto o turístico (New Zealand Herald, 2001 *apud* Alves, 2020); serão citados também os filmes da franquia de Star Wars, que desde 1977, ano de lançamento do primeiro filme, vem construindo uma grande legião de fãs fiéis. Assim como o estudo de caso escolhido, a saga de filmes Harry Potter, que possui diversos locais turísticos inspirados em seu mundo mágico e que encantam os fãs pelo mundo.

A partir do que foi apresentado, torna-se nítida a relação entre o turismo e o cinema, assim como uma grande convergência que a indústria do entretenimento está buscando enfatizar cada vez mais, principalmente a convergência entre a

comunicação das telas com outros meios de cultura, como o turismo e o cinema (Nascimento, 2009). Esse fato é expressado em como o turista tem esse forte desejo de vivenciar as aventuras vividas pelos seus personagens favoritos. Tendo isso em mente, busquei relacionar a atividade do cineturismo com as sagas famosas da cultura POP, pois o laço criado entre um fã de uma saga com os personagens e as suas aventuras, é algo profundo e emocional, fazendo com que a vontade de se realizar esse sonho seja mais intensa e mobilize grandemente o setor do turismo cinematográfico.

1.3. *Brachiabindo!* Metodologia

A presente pesquisa possui caráter descritivo e exploratório, visto que é um tipo de pesquisa que busca descrever um determinado tema, assim como relacionar variáveis entre si (GIL, 2008). O trabalho busca relacionar duas variáveis, o turismo e o cinema, de forma a descrever de que maneira os filmes da saga Harry Potter inspiram os fãs na escolha de um destino turístico, estudando os produtos turísticos criados justamente para este fim, como o estúdio de gravação em Londres e o parque de diversão nos Estados Unidos, assim como também entender o papel da cultura POP nessa escolha.

Segundo Gil (2008), pesquisas exploratórias geralmente incluem a revisão bibliográfica e documental, assim como entrevistas não muito padronizadas, de modo a dar uma visão geral a respeito de um determinado assunto. Por isso, encaixa-se mais adequadamente na proposta deste trabalho, principalmente pelo fato de que é o tipo de pesquisa mais recomendável quando o tema escolhido ainda não foi muito explorado. Para o desenvolvimento do trabalho foram utilizadas as seguintes técnicas metodológicas: pesquisa bibliográfica e documental, entrevistas semiestruturadas, questionário, estudo de caso e pesquisa de observação.

A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida, principalmente, a partir de artigos encontrados em bases de dados de produções científicas, com a utilização de códigos de busca e palavras-chave importantes para o tema, visto que não há muitas produções literárias com essa temática. A pesquisa documental é muito semelhante à bibliográfica, mas é baseada em fontes que não tiveram uma análise prévia, diferentemente de um artigo científico (GIL, 2008). Exemplos de materiais utilizados em pesquisas documentais são reportagens e filmes, o que faz bastante

sentido neste trabalho, visto que a análise principal parte de uma saga de filmes. Foram utilizadas também reportagens e outros materiais encontrados nos meios de comunicação relacionados à cultura POP, como sites, blogs, páginas em redes sociais, vídeos no *youtube*, etc. Assim como recursos de revisão bibliográfica acerca do tema, como artigos, monografias, teses, vídeos de *tours* nos locais turísticos para entender a dinâmica dos atrativos, e claro, os próprios filmes e livros da saga.

Para complementar ainda mais a investigação a respeito do tema, foi realizada uma entrevista com Daniel Celli, que participou da fundação da São Paulo *Film Commission*, de forma a buscar entender mais sobre a relação entre o turismo e o processo de filmagem em uma cidade. Para isso, foi realizada uma entrevista semiestruturada, de forma a elaborar questionamentos básicos acerca do tema, para que novos tópicos surjam a partir das respostas dadas pelo entrevistado (Triviños, 1987 *apud* Manzini, 2004), deixando a conversa fluir mais naturalmente, porém ainda evidenciando qual é o tema central, para que não haja fuga da parte do entrevistado. A entrevista foi realizada virtualmente no dia 11 de janeiro de 2022, através da plataforma *Google Meet*, podendo assim ser gravada, a fim de facilitar a análise de dados realizada posteriormente.

Além da entrevista, foi elaborado também um questionário a ser respondido por fãs da saga Harry Potter, a fim de entender a relação entre a saga e o desejo de viajar e conhecer os locais encantadores e mágicos apresentados pelos filmes. Para este questionário, foram estruturadas questões abertas e fechadas, de diversos tipos, como perguntas relacionadas a fatos, crenças e atitudes, comportamentos e sentimentos (GIL, 2008). Este questionário foi elaborado através da plataforma *Google Forms*, e distribuído em redes sociais, focando na divulgação em grupos temáticos sobre a saga Harry Potter, para que as respostas sejam o mais abrangente possível dentro do tema, fazendo com que pessoas que façam parte desse nicho de fãs possam ter acesso e respondê-lo, já que eram o público alvo da pesquisa. O formulário foi aberto em dois momentos, o primeiro foi em fevereiro de 2022, e o segundo em setembro do mesmo ano. A necessidade de lançar novamente o formulário foi sentida para fins de atualização das respostas, visto que foi necessário um período um pouco mais longo do que o previsto para a finalização do trabalho.

Por fim, foi empreendido um estudo de caso para descrever os efeitos da saga Harry Potter na escolha de um destino para os fãs, uma forma de entender um

fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto real (Yin, 2001, *apud* Gil, 2002). Este estudo de caso é descritivo e tem como objetivo descrever uma situação em comparação com o tema em que está inserida e o seu contexto (Gil, 2002), ou seja, descrever o do caso de Harry Potter para ilustrar o efeito do cinema na área turística. Para dar robustez ao estudo de caso, foi utilizada pesquisa de observação, onde pude interagir com o ambiente de estudo ao visitar um dos casos estudados, o parque de Harry Potter em Orlando, nos Estados Unidos, nos dias 24, 25 e 29 de março de 2023, além de também ter tido a oportunidade de visitar o parque de *Star Wars*, no *Disney's Hollywood Studios*, também em Orlando, no dia 30 de março de 2023. As visitas aos parques foram feitas com a intenção de entrar na realidade dos filmes e entender quais são as possibilidades que os parques oferecem aos fãs e como é a experiência em si. Para isso, foram observadas as opções de atrações, o modo de funcionamento delas, o envolvimento com a história do filme, e a capacidade do parque em transportar o fã para o mundo mágico dos filmes, focando também não apenas nas atrações em si, mas também em todo o cenário, pois são esses os dois elementos que constroem a experiência dos visitantes no parque.

2. LEGILIMENS! TURISMO E CINEMA

“Claro que está acontecendo em sua mente, Harry. Mas por que isso significaria que não é real?” J. K. Rowling

Figura 5 - Penseira de Dumbledore, personagem de Harry Potter



Fonte: Google, em 10 de novembro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEde7SpKv_r5tVD4lFa7ayrP0Bra_Fg:1686353213001&q=penseira+de+dumbledore&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwix5uehq7f_AhWVBbkGHSclDQoQ0pQJe gQIChAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=RAFjgyOfa6FuvM)

Neste capítulo, serão apresentados os conceitos de turismo e cinema de uma forma mais aprofundada, a fim de demonstrar a sua relação e trazer exemplos concretos que possam ilustrar essa representação, envolvendo conceitos amplos que podem ser explorados para compor o quadro geral da temática do cineturismo e as variáveis que englobam essa relação, como ações de marketing e publicidade que envolvem os destinos.

A atividade turística tende a impulsionar a cultura e o mercado da região em que está inserida, pois, mesmo não se tratando de um turismo cultural, a cultura do local acaba estando envolvida, visto que os turistas estão em um ambiente novo e podem ser instigados a conhecer e viver essa cultura desconhecida, seja na alimentação, nos locais históricos, entre outros. Esse aspecto traz um valor cultural, social e mercadológico muito interessante para os destinos turísticos, pois eles podem explorar essa versatilidade, e se for feita de forma responsável e sustentável, pode trazer um retorno positivo para os setores envolvidos. Muitas vezes o turismo é

a fonte de renda principal de uma região, que busca difundir a sua cultura de forma a se sustentar, como por exemplo em comunidades indígenas, que abrem as portas das suas terras para mostrá-la ao turista e exaltar a sua cultura, ao mesmo tempo que conseguem recursos para sustentar a própria comunidade.

Mas não é apenas neste cenário que o turismo impulsiona economicamente uma região, pois quando ele está inserido naquele destino, pode movimentar diversas outras áreas e setores do mercado, não apenas a atração turística em si, mas também o setor de hospedagem, de alimentos e bebidas, de lojas, entre outros. Com o turismo cinematográfico, esse aspecto não é diferente, pois ao ter um filme gravado em um país, muitos benefícios podem estar envolvidos, como visibilidade para o destino, retorno financeiro e valorização da cultura local. A grande movimentação dos serviços oferecidos pela cidade em diversos momentos também é fundamental, principalmente no setor turístico. Essas movimentações acontecem desde as gravações, visto que os diversos atores envolvidos na gravação de um filme são, em sua maioria, de fora, ou seja, utilizam muitos serviços de hospedagem, alimentação, passagens aéreas etc. E, após a produção obter sucesso, pode ser gerado um fluxo turístico no destino em questão, com o objetivo de se conhecer os locais de gravação. É a partir deste contexto que se torna interessante investigar a relação entre as duas atividades, o cinema e o turismo.

Assim como o turismo, o cinema tem uma relevância muito grande na sociedade, ele pode servir como uma representação de muitas realidades, dando visibilidade para assuntos e pautas importantes de serem conhecidas e reconhecidas, como filmes que retratam a desigualdade social, homofobia, machismo, racismo, xenofobia, entre outros. O cinema tem o poder de difundir essas temáticas, pois está em diversos locais e consegue alcançar a atenção de classes sociais e públicos distintos. No meio cinematográfico, pode-se afirmar que “o cinema é o campo no qual a estética, o lazer, a ideologia e os valores sociais mais amplos são sintetizados numa mesma obra de arte” (CASTRO, PEREIRA & LUÍNDIA, 2011, p. 2).

Segundo Nascimento (2009), hoje em dia, os turistas estão cada vez mais preocupados em experimentar o turismo de uma forma mais profunda, que não se preocupam necessariamente se o que estão vivendo é uma realidade ou um simulacro, e é então que entra o turismo cinematográfico, pois vivenciar em um lugar real aquela fantasia que se presencia ao assistir um filme, mesmo sendo um

simulacro, como os parques temáticos de Harry Potter, ou os estúdios de sua gravação, traz uma vivência tão intensa, que mesmo muitas coisas não sendo reais, como as diversas atividades que simulam o mudo mágico dos filmes, torna-se extremamente especial para os fãs, ou seja, “a procura e a realização do prazer acontecem primeiro no imaginário para somente depois se buscar vivê-las na realidade” (NASCIMENTO, 2009, p. 23).

Uma das primeiras agências a se envolver intensamente com o turismo cinematográfico foi a *Visit Britain*, agência especializada em turismo na Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda, que apostou fortemente nos filmes britânicos, incluindo Harry Potter (Nascimento, 2009). Eles possuem em seu site uma aba dedicada especialmente ao turismo relacionado a filmes e séries de TV, onde os visitantes podem encontrar diversos roteiros personalizados com alguns filmes e séries famosos filmados nos países indicados, como “Questão de tempo”, “O diário de Bridget Jones”, “*Doctor Who*”, “*Game of thrones*”, entre outros.¹

A partir disso, é possível entender esse aspecto emocional e o vínculo que o turista cria com o lugar e a história, que traz muita importância para a legitimação do turismo cinematográfico, pois não é apenas uma paisagem bonita, ou uma atividade divertida, e sim parte da própria personalidade da pessoa, envolvendo os seus gostos, o seu estilo de vida e o seu jeito de ser. Pensando na saga Harry Potter, Costa (2015, APUD Terra, 2021) destaca que de fato os fãs da saga não apenas gostam deste universo, mas se conectam em um estilo de vida, pois se envolvem em uma série de “rituais” parecidos com os dos filmes, como a escolha das casas e dos patronos através dos testes obtidos no site oficial da saga “*Pottermore*”, que levam em consideração justamente a personalidade da pessoa, assim como nos filmes.

Mas não é apenas do aspecto emocional que o cineturismo se baseia, pois pode não necessariamente se tratar de um filme favorito, pode ser até mesmo um “filme qualquer” que se passou em um determinado lugar que chamou a atenção de um telespectador e que este passou a considerá-lo como parte de um roteiro para uma futura viagem. Um exemplo é a novela brasileira “O outro lado do paraíso”, lançada em 2017, e que grande parte da trama se passa no Jalapão, mostrando a

¹ *Visit Britain*, s/d. Disponível em: <https://www.visitbritain.com/en/things-to-do/great-britain-screen>. Acesso em: 9 mar. 2022.

beleza natural dos lugares encantadores da região, o sucesso da novela atraiu muitos turistas e causou impactos tanto positivos, como a valorização cultural e a movimentação econômica do destino, quanto negativos, como a superlotação e uma demanda maior do que a oferta.² A busca pelo destino de Tocantins após a exposição na novela, aumentou cerca de 80% com apenas 50 dias após a estreia de “O outro lado do paraíso”.³

Percebe-se também que não são apenas as produções *live-actions* que fazem essa divulgação de um destino, mas há um espaço muito especial para as animações, como o filme Rio⁴ (2011), que mostra a cidade do Rio de Janeiro, através da história de uma simpática ararinha-azul e suas aventuras no Brasil. Essa relação é retratada no trabalho de Rafael de Figueiredo Lopes, Wilson de Souza Nogueira e Maria Luiza Cardinale Baptista (2017), que analisam os clichês culturais associados ao Rio de Janeiro e à Amazônia. O artigo teve foco na sequência do filme, intitulado “Rio 2”⁵. Interessante destacar a análise comunicacional que os autores fizeram, pois buscaram tratar justamente dessa ligação entre o cinema, uma linguagem comunicacional, com o turismo, “sem separar o ser humano da natureza ou das tecnologias da comunicação e da informação” (Lopes, Nogueira & Baptista, 2017) . No artigo também é destacado que o filme apresenta uma divulgação não apenas dos espaços em que se passa, mas também da modalidade de megaeventos, como o *merchandising* feito da Copa do Mundo de Futebol de 2014, que também se relaciona com um dos diversos segmentos do turismo, o turismo de eventos. Os autores também citam o exemplo da “tecnologia do imaginário”, que traz uma representação de uma vida idealizada nas produções cinematográficas. Esse exemplo é relacionado com o impulsionamento do turismo através do cinema, visto que o fato de o turismo ser realizado nos locais de um determinado filme pode ser um exemplo de representação de uma vida idealizada pela sociedade realmente sendo “vivida” através da experiência do turismo. Porém, os autores também destacam que o cinema pode trazer uma imagem negativa de um destino, afetando

² EURILIO, Lucas. Fim de novela: Artesãos do Jalapão qual impacto na comunidade. 10 maio de 2018. Disponível em: <https://gazetadocerrado.com.br/fim-de-novela-artesaos-do-jalapao-avaliam-qual-impacto-na-comunidade/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

³ Novelas brasileiras aumentam em até 525% a busca por destinos retratados nas histórias. In: Bem Paraná, 1 ago. 2018. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/bem-estar/turismo/novelas-brasileiras-aumentam-em-ate-525-a-busca-por-destinos-retratados-nas-historias/>. Acesso em: 16 maio 2023.

⁴ RIO. Direção: Carlos Saldanha. Roteiro: Don Rhymer, Earl Richey Jones, 2011.

⁵ RIO 2. Direção: Carlos Saldanha. Roteiro: Carlos Saldanha, Don Rhymer, 2014.

assim o seu fluxo turístico, como foi o caso do Rio de Janeiro que, apesar de ser representado lindamente pela sequência de filmes “Rio”, também já foi representado como uma cidade violenta e perigosa, como no filme “Tropa de elite”, que de fato causou um distúrbio na imagem do local como um destino turístico.

2.1. *Expelliarmus!* Film commissions

Algumas nomenclaturas do segmento são importantes de serem destacadas, segundo a cartilha sobre Turismo Cinematográfico realizada pelo Ministério do turismo, como os *Set-jetters*, denominação dada aos turistas que são instigados a visitar lugares específicos devido a um filme, documentário, séries e programas de tv; há também as *Film Commissions*, órgão responsável pelo gerenciamento e incentivo de produções cinematográficas filmadas no destino; e também a AFCI: *Association of Film Commissioners International*, uma associação que engloba as *film commissions* espalhadas ao redor do mundo (Nascimento, 2009). Estes são órgãos de extrema importância para o desenvolvimento do segmento do turismo cinematográfico na região em que se encontram, pois cuidam dos processos burocráticos para uma obra cinematográfica acontecer na cidade e de forma que haja benefícios aos lados envolvidos (Nascimento, 2009). Na entrevista realizada para esta monografia, com Daniel Celli (2022), que participou da implementação da *film commission* da cidade de São Paulo entre 2015 e 2016, ele evidenciou a importância de se ter um órgão voltado para a organização das filmagens nos locais, pois quando não havia, as produções das obras tinham um processo mais demorado e trabalhoso para conseguirem a devida autorização.

Geralmente, quem dá o primeiro passo são as produções, que após pensarem em um local específico para gravar, dependendo de toda a ideia já criada para a história, vão em busca do órgão responsável daquele local. Porém, as *film commissions* podem fazer campanhas para atrair essas produções ao apresentarem as possibilidades daquele destino no geral, sem ir atrás de uma produção específica, mas ao mesmo tempo dar a ideia e mostrar que a cidade em si é um potencial para a criação das histórias que ainda estão em fases iniciais, o que acaba incentivando muitas produções a pelo menos conhecerem o local e considerarem para fazer parte de seus roteiros.

Uma outra forma de incentivo, que pode potencializar essas campanhas, é

transformar o local no que é chamado de “*film friendly*”, ou seja, locais que se adaptam de forma a receber melhor as gravações de produções cinematográficas. Essas ações têm ligação principalmente com a infraestrutura da cidade, pois para receber uma gravação é importante que esta esteja bem apresentável, além de poder ter estrutura para receber a equipe de filmagem que pode ser bem grande, ou seja, ter suporte para eles como opções de hospedagens suficientes, opções de transportes, restaurantes, estúdios, locais para guardarem os equipamentos, etc. Muitas cidades desejam ser o cenário de produções cinematográficas, porém não possuem a infraestrutura necessária, não sendo consideradas *film friendly*.

Um fato que acontece muito no mundo cinematográfico, é alguma obra retratar um local, porém não ser filmada de fato nele, pois muitas vezes quando uma cidade não é *film friendly* e não possui estrutura para receber as filmagens, as produções acabam filmando em locais alternativos, encenando o local da ideia inicial, como por exemplo a série *Supernatural* (2005), que retrata diversos estados nos Estados Unidos, mas na verdade foi filmada em Vancouver, no Canadá.⁶

Com as *film commissions*, as cidades que desejam se tornar *film friendly* encontram mais facilidade e clareza sobre o caminho a ser seguido. Segundo Daniel, após a implementação da São Paulo *Film Commission*, a cidade começou a ser retratada nas obras audiovisuais realmente como um cenário, pois antes, pela grande burocracia em conseguir autorizações para as filmagens, em grande parte a cidade era apenas vista da janela de um espaço privado, do alto, mostrando uma grande distância e falta de conectividade entre o local e a história retratada nos filmes, e com esse incentivo, a cidade passa a fazer parte da história e torna-se também uma personagem, pois é possível explorar os locais de uma forma mais íntima.

Outros mecanismos de incentivo das *film commissions* para atrair filmagens em suas cidades, são os retornos financeiros como o *Cash rebate*, *tax rebate* e o *tax credit*, que, de uma maneira muito simplificada, são formas de reembolsos de algumas taxas para que seja mais atrativo para as produções realizarem as filmagens em determinados locais. Outros descontos relacionados também são para os tipos de produção, como curta metragem, ação publicitária, etc, cada um com

⁶ ETA Canadá Visa. In: Filmes e séries que são gravados no Canadá., 12 out. 2018. Disponível em: <https://etacanadavisa.com.br/post/filmes-e-series-que-sao-gravados-no-canada/>. Acesso em: 24 jan. 2022.

uma porcentagem diferente, de forma a equilibrar as taxas de acordo com o tamanho da produção.

Todos esses incentivos criados pelas *film commissions*, mostram a grande importância de se ter filmagens acontecendo nas cidades, e que essas ações envolvem a movimentação de diversos setores, inclusive o turismo, o que consequentemente movimenta a economia local, mostrando também a importância de uma boa organização e boa gestão.

2.2. Accio! Ações para o incentivo ao turismo cinematográfico

Com a percepção de que o cinema tem grande influência no consumo dos telespectadores, nota-se que ele acaba se tornando uma ferramenta de marketing muito usada para promover diversos produtos e serviços, inclusive a atividade turística nos determinados locais que os filmes apresentam em suas histórias. Com isso em mente, os próprios órgãos públicos da cidade podem ir em busca dessas ações para atrair as produções, como as ações realizadas pelas *film commissions* citadas no tópico 2.2, podendo inclusive pagar para que a sua cidade seja palco de novas histórias com a intenção de atrair visibilidade para o destino, como foi o caso da prefeitura de Palmas, que pagou cerca de um milhão de reais para que a cidade fosse mostrada da trama na novela *O Outro Lado do Paraíso*⁷, que gerou um impacto na procura pela atividade turística na região em pouco tempo após a sua estreia. Como justificativa para o grande investimento, a secretaria de comunicação da prefeitura da cidade, alegou que a exibição em uma produção audiovisual de uma emissora tão grande quanto a Globo, com alcance internacional em mais de 130 países, é uma forma de marketing e merchandising muito potente para o destino, podendo gerar mais oportunidades de emprego com a imagem positiva da região.⁸

Segundo Neto e Schmidlin (2013, p. 4):

Tal relação entre o cinema e o turismo passou a ser utilizada como estratégia de marketing para lugares, fazendo do audiovisual voltado para o entretenimento uma forma não somente de promover um lugar através da exibição feita por uma obra, mas também uma forma de se agregar características, reforçar ou formar uma imagem e uma identidade no imaginário do público, além de criar oportunidades de trabalho e trazer renda para a comunidade onde ocorre a locação.

⁷ Prefeitura paga R\$ 1 mi por merchandising da Capital em novela global e alega reflexos positivos no turismo. *In: Gazeta do Cerrado*, 21 fev. 2018. Disponível em: <https://gazetadocerrado.com.br/prefeitura-paga-r-1-mi-por-merchandising-da-capital-em-novela-global-e-alega-reflexos-positivos-no-turismo/>. Acesso em: 16 maio 2023

⁸ Idem

O marketing está muito presente quando se trata de turismo cinematográfico, pois este segmento também pode ser interpretado como resultado de uma promoção de um destino, assim como no caso de Palmas, apresentado acima. Segundo Kotler e Armstrong (2015, p.4): “Marketing é um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação e troca de valor com os outros”. O marketing de lugares, como o próprio nome já diz, é o conjunto de estratégias voltadas para a identidade de um local, e no caso de um destino essa imagem construída cria uma imagem no imaginário das pessoas (Neto & Schmidlin, 2013), imagem essa que tem grande influência em como a região é vista e pode impactar no número de visitantes e inclusive segmentá-los de acordo com um perfil, pois as pessoas que mais se identificarem com essa imagem, irão buscá-lo mais frequentemente do que pessoas que não se identifiquem tanto assim. O turismo cinematográfico também pode ser visto como uma forma de marketing de lugar, uma vez que ele traz uma representação que marca a memória dos espectadores a respeito do destino em que se passa a trama da história. Um exemplo é a cidade de Paris, que é retratada como uma cidade romântica em diversos filmes, e acabou tendo essa imagem que ficou muito bem estruturada no imaginário das pessoas, como no filme “O Fabuloso Destino de Amélie Poulain”, que trabalha muito a sensibilidade ao retratar as diversas aventuras românticas da personagem, e, além de realmente mostrar esse romance através da vida dos personagens, a fotografia do filme também contribui para esse aspecto, pois em grande partes das cenas a cor vermelha, simbolizando a paixão, é bastante destacada⁹. Outro exemplo é a Inglaterra, que é reconhecida como pastoral e bucólica, principalmente por ser um local ainda regido por uma monarquia, fato que é frequentemente representado nos filmes. Segundo Pereira (2013), em seu artigo sobre *heritage films*, a Inglaterra por muitas vezes é retratada como:

[...] bucólica e rural, mais centrada nas classes média e altas do que nas classes trabalhadoras, mais masculina do que feminina, mais branca do que etnicamente diversificada, enfim, uma inglesidade ainda presa aos estereótipos coloniais do passado imperial inglês.

Essa questão pode ser relacionada até mesmo com o estudo de caso apresentado neste trabalho, a saga Harry Potter, que se passa em Londres, pois,

⁹ O Fabuloso Destino de Amélie Poulain. Direção: Jean-Pierre Jeunet. França, 2002

por mais que tenha uma atmosfera mais bucólica por conta da temática relacionada a bruxas, ainda assim, no restante do mundo retratado nos filmes, Londres também aparece com essa mesma imagem, e traz uma referência aos *heritage films*, até mesmo no mundo dos “trouxas”, nome designado para pessoas não bruxas no universo da saga, onde não há essa atmosfera mágica.

Essa técnica de divulgações em filmes é chamada de *merchandising* editorial, e é muito utilizada, pois os filmes e outras produções audiovisuais estão presentes em diversos momentos da vida das pessoas, inclusive no lazer e relaxamento, por este motivo, os filmes não são vistos como algo direcionado exclusivamente para vender aquele produto, como as propagandas comerciais, e assim recebe mais confiança do público (Neto & Schmidlin, 2013).

2.3. *Prior Incantato!* Estratégias da indústria cinematográfica para diversificar o alcance de filmes com a criação de subprodutos turísticos, lazer e entretenimento

O *merchandising* envolve técnicas de marketing com a finalidade de atrair um público comprador para determinado produto, desta forma, pode estar presente em produções cinematográficas como uma ação publicitária de algum produto ou marca, assim como também pode apresentar valores e assuntos a serem difundidos nos telespectadores (Trindade, 1999). Além de apresentar outras marcas, e até mesmo destinos específicos, de forma a divulgá-los em um filme, conforme citado no tópico 2.2, a própria produção cinematográfica pode também criar produtos relacionados à sua história, fazendo com que o próprio filme vire uma espécie de propaganda para os seus produtos, e vice-versa. O *merchandising* se faz tão presente no mundo cinematográfico que em muitos casos não é necessário criar diferentes estratégias para atrair o público nesta compra, pois o próprio filme já faz essa função. Percebe-se que muitos filmes apostam bastante no seu *merchandising*, seja em produtos como camisetas, bonecos de ação, canecas, chaveiros, entre outros. Muitos filmes inclusive se sustentam mais a partir desses produtos do que da própria bilheteria do cinema, fazendo com que consigam produzir sequências do mesmo filme e cobrir prejuízos causados pela baixa venda de ingressos¹⁰. O envolvimento

¹⁰ Filmes que fizeram mais dinheiro em *merchandising* do que na Bilheteira. In: Mundo de Cinema. [S. I.], 27 jul. 2021. Disponível em: <https://mundodecinema.com/dinheiro-em-merchandising-filmes/>. Acesso em: 18 abr. 2023.

sentimental influencia no aumento do capitalismo ao serem produzidos tantos materiais referentes às sagas. Segundo Nascimento (2009), a venda desses produtos também é baseada principalmente na venda de imaginários de uma forma mais concreta, assim como a viagem que busca concretizar as fantasias vividas na imaginação dos fãs.

Além do *merchandising* em produtos como os mencionados acima, ou a divulgação de um atrativo já natural do destino, como o caso da cidade de Palmas na novela “O Outro Lado do Paraíso”, citado no tópico 2.2, há também a criação de atrativos, como subprodutos turísticos, envolvendo filmes, como um parque de diversão, ou a remontagem dos estúdios de gravação com a finalidade receber visitas de fãs e turistas, como é o caso do estudo apresentado neste trabalho sobre a saga Harry Potter, que possui parques temáticos nos Estados Unidos e o estúdio em Londres. Esses dois subprodutos continuam a fazer uma propaganda constante sobre os filmes, além de também ser uma fonte de sustento para a produção, pois a movimentação financeira dos atrativos, assim como os objetos temáticos vendidos, continuam a possibilitar que novos produtos cinematográficos sejam feitos relacionados ao universo da saga, como o reencontro do elenco com curiosidades sobre as filmagens lançado em 2022, em comemoração aos vinte anos de lançamento do primeiro filme, ou então a sequência de filmes inspirada na saga, porém com novos personagens e novas aventuras, uma prequela da saga original, intitulada “Animais Fantásticos e Onde Habitam”, lançada primeiramente em 2016, com três filmes. Os parques e estúdio de gravações continuam com números bem atrativos de visitantes, mesmo após tantos anos do lançamento dos filmes, como no parque *Universal Studios* da Califórnia, que em 2018, 7 anos após o último filme ser lançado, o número de turistas aumentou para 9 milhões, um aumento considerável em relação ao ano anterior, que contou com cerca de 7 milhões.¹¹

Beeton (2005, apud Alves, 2020) ao explicar o termo “*film-induced tourism*”, que se trata de um turismo induzido por filmes, onde se engloba visita a lugares da própria cidade, parques temáticos de filmes e até mesmo os estúdios onde as

¹¹ EZABELLA, Fernanda. Fã de Harry Potter leva baforadas de dragão em parque na Califórnia: Visitante pode comprar varinhas mágicas no parque da Universal Studios, em Los Angeles. In: Folha Uol, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2019/06/fa-de-harry-potter-leva-baforadas-de-dragao-em-parque-na-california.shtml>. Acesso em: 11 maio 2023.

produções foram gravadas, também nos apresenta os conceitos de *on location* (na localização) e *off location* (fora da localização).

O turismo induzido por filmes denominado como *on location* seria o turismo realizado nos próprios lugares onde determinadas cenas foram gravadas, locais estes que são reais e já pré-existentes, que servem como palco das gravações, como no exemplo citado acima da novela “O Outro Lado do Paraíso”, onde as cenas foram de fato gravadas nas chapadas do Jalapão e outras regiões do Tocantins, e quando o turista visita esses lugares com a influência da novela, estão visitando o próprio local natural das gravações. Já o turismo induzido por filmes denominado *off location* seria a visita a outros locais que representam os lugares apresentados nas produções, como o estudo de caso que será apresentado neste trabalho, os dois locais turísticos *off location* de Harry Potter, sendo eles o estúdio de gravações, que apresenta os locais onde as cenas foram filmadas, e o parque de diversões localizado na Flórida. No estúdio, os fãs têm a oportunidade de conhecerem os locais onde os próprios autores estiveram para realizar as gravações, com os cenários e figurinos originais das filmagens, porém os lugares apresentados nas histórias são fictícios, foram criados para o mundo específico dos filmes, como o Beco Diagonal, um dos lugares mais famosos da saga que aparece em diversos momentos muito importantes para a história, mas um local que não existe e que foi criado apenas para a trama; até mesmo as representações de Londres não foram gravadas no local, sendo recriadas no estúdio. Assim como o parque na Flórida, que é um subproduto turístico derivado do filme, ou seja, não é um local de gravação, mas representa os lugares fictícios criados para a saga e reproduz a mesma realidade mágica para os fãs ((DUARTE E FILHO, 2016, APUD ALVES, 2020).

Este trabalho dará mais ênfase no turismo induzido por filmes *off location*, visto que o estudo de caso, a saga Harry Potter, apresenta dois produtos turísticos nesta categoria.

2.4. Bombarda! Como as cidades lidam com a explosão de fãs

Apesar de todos os pontos positivos apresentados acerca do cineturismo, assim como outros segmentos da área, o envolvimento na atividade também pode causar o que é chamado de turismo de massa, alguns casos já comprovaram situações em que cidades que não se prepararam para o sucesso que um

determinado filme poderia ter e que envolveria uma visita em massa dos fãs, enfrentaram problemas com os moradores locais. Como foi o caso da Nova Zelândia, país onde ocorreram as gravações da saga Senhor dos Anéis, que trouxe consigo uma legião de fãs ansiosos para conhecerem os lugares encantados que representaram a Terra Média, local onde se passam as aventuras dos personagens da trilogia. O impacto no turismo do local foi tão grande, devido ao sucesso da saga, que hoje existem ações no país específicas para tentar controlar o fluxo de turistas nos locais mais visitados, locais estes que estão ligados à saga, resultando na criação de um novo cargo público que ganhou o nome de “Senhor e Ministro dos Anéis, citado anteriormente no tópico 1.1.

Outro exemplo que também pode ser mencionado, é o grande sucesso da cena do filme Coringa, de 2019, onde o personagem principal dança em uma escadaria de Nova Iorque, que acabou por se tornar um novo ponto turístico na cidade. Porém, o local não estava muito preparado para esse grande número de visitantes, pois essa não havia sido a intenção ao apresentar o local na cena, fazendo com que o congestionamento criado entre os turistas irritasse os moradores da região, o que resultou em grandes dificuldades nas locomoções simples do dia a dia.¹²

Figura 6 - Cena do filme “Coringa” na escadaria de Nova Iorque



Fonte: Google, em 7 de novembro de 2022

(https://www.google.com/search?q=escadaria+coringa+nova+york&tbo=isch&sxsrf=APwXEdcVP64VZC4r9uUbsp55Rfw8_VP9PQ:1687028832477&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwiM7KOSgMv_AhXfqZUCHX-aAdcQ0pQJCMcH&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=Nj3B-BcyHVP8pM)

¹² MAIA, Eduardo. Escadaria do filme ‘Coringa’ virou atração turística em Nova York. O Globo, [S. l.], 27 out. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/escadaria-do-filme-coringa-virou-atracao-turistica-em-nova-york-24043553>. Acesso em: 7 jan. 2022.

São essas situações que evidenciam a importância de se ter ações para o desenvolvimento de qualquer atividade turística, principalmente uma que engloba tantas questões emocionais, como o cineturismo, e que pode atrair uma grande multidão de fãs a lugares que podem não estar preparados para receber o mesmo sucesso que os filmes retratados ali.

A *Film Commission*, conforme citado no tópico 2.1, é o órgão responsável pela organização das filmagens de produções em determinados locais. Na entrevista para esta monografia, realizada com Daniel Celli, ele evidencia que não há uma discussão prévia a respeito dos impactos de uma filmagem no turismo daquele destino, essa discussão seria importante para que casos como o da escadaria de Nova Iorque não ocorra, assim o local já estaria preparado para mudanças significativas na movimentação da região. Porém, como Celli aponta na entrevista, não é possível prever com muita precisão os impactos que essas ações nos filmes podem causar no destino, principalmente quando a divulgação do local como um destino turístico não foi a intenção inicial da exposição do lugar em determinada produção. Essa discussão pode ser mais frequente em casos onde o turismo cinematográfico em si já é mais discutido e consolidado, pois o local tem mais conhecimento dos seus impactos e já vivencia isso, enquanto que em outros casos, como o de São Paulo citado durante a entrevista, o assunto do cineturismo ainda não é muito discutido, o que torna mais difícil prever impactos negativos quando ainda se pensa em atrair os impactos positivos.

3. PIERTOTUM LOCOMOTOR! A CULTURA POP COMO MOTIVAÇÃO NA ESCOLHA DE UM DESTINO

“Não vale a pena viver sonhando e se esquecer de viver”. J. K. Rowling

Figura 7 – Parque Star Wars: Galaxy's Edge



Fonte: Acervo próprio, 2023.

Conforme já enfatizado nos outros capítulos, há um grande envolvimento emocional quando um fã é instigado a viver as aventuras de seus personagens favoritos, envolvimento este que cria um forte combustível para incentivá-los a concretizar esse sonho, e é por este motivo que uma saga de filmes tem um grande potencial na motivação do turismo cinematográfico, visto que envolvem um grande número de fãs muito fiéis. O fato de que, geralmente, uma saga está presente na vida desses fãs por muitos anos, criando um laço forte, intensifica esse desejo de conhecer os locais relacionados a ela, dado que uma saga é composta por mais de um produto do mesmo filme, resultando em alguns anos de produção. Neste capítulo, serão apresentados alguns conceitos relacionados a cultura POP e exemplos de destinos que foram impactados por sagas que fazem parte deste universo, a fim de explorar o destino e seus atrativos, assim como o efeito causado pelo cinema na região.

A Omelete *company*, uma empresa muito famosa no ramo da cultura pop,

realiza anualmente a pesquisa *Geek Power*¹³, onde, através de milhares de entrevistas, traz resultados sobre o perfil de *geeks* e *nerds* brasileiros. Entender esse perfil é de extrema importância para as marcas que buscam atingir os seus desejos, pois como já citado por Nascimento (2009), esses fãs são levados muito pelo sentimento e emoções causadas por fazerem parte de um *fandom* (nome designado a um grupo de fãs de algum artista, filme, livro, etc., como por exemplo o *fandom* de Harry Potter, onde os fãs são denominados de *Potterheads*), e é exatamente os sentimentos e as emoções dos fãs que essas marcas buscam instigar através de incentivos de marketing voltados especialmente a esse público, pois entendem que conhecer a sua demanda e o que é relevante para ela é muito importante. Muitas empresas do ramo de *merchandising* da cultura pop focam bastante no sentimento de “família” produzido pelos *fandoms*, e a própria Omelete comenta que a pesquisa tem o intuito de “contribuir para melhorar produtos, serviços e soluções para o mercado”¹⁴.

No final de 2021, a Omelete divulgou os resultados da nona edição da pesquisa, com 6.232 entrevistas. Essa pesquisa revelou algumas informações que reforçam a afirmação sobre a grande dedicação que um fã de uma saga de grande sucesso tem para seguir o estilo de vida criado pelo *fandom*, principalmente sobre as perguntas relacionadas ao entretenimento desses grupos. Segundo essa pesquisa, 84% dos entrevistados consomem algum tipo de conteúdo voltado para a cultura pop todos os dias, o que evidencia essa grande devoção ao universo de sagas de filmes, HQ's, animes, etc. Outra pergunta que também faz parte da pesquisa e é bem relevante para entender esse público, é sobre qual seria o personagem do momento favorito do entrevistado, e no ano de 2021 o resultado foi o personagem Loki da Marvel, irmão de Thor, que havia acabado de ser lançada uma série especialmente sobre ele, o que torna evidente o envolvimento desse perfil com os lançamentos de filmes e séries do momento. Essa pergunta pode ser útil para que as marcas apostem em mais produtos relacionados ao universo da série de Loki, assim como gerar ideias de lugares temáticos relacionados ao personagem.

Outros dados importantes para conhecer esse perfil de demanda, é que a

¹³ Qual é o perfil dos geeks e nerds brasileiros?. Meio e Mensagem, 24 mar. 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2022/03/24/qual-e-o-perfil-dos-geeks-e-nerds-brasileiros.html>. Acesso em: 7 set. 2022.

¹⁴ PINTO, Flávia. Participe da Pesquisa Geek Power 2021. Omelete, 19 nov. 2021. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/geek-power-2021>. Acesso em: 7 set. 2022.

pesquisa aponta que a maioria dos entrevistados é solteira, sem filhos, com apenas o ensino médio completo, tem até 34 anos, e possui até dois salários mínimos como renda. Essas informações são importantes para entender de que forma alcançar esse público, principalmente financeiramente.

Para o turismo cinematográfico focado na cultura pop, essas informações são relevantes para conhecer de forma geral o público que possui um grande potencial de praticar a atividade, pois conhecendo os seus desejos, suas demandas e limitações, principalmente financeiras, é possível construir uma estrutura do cineturismo de forma a atrair e agradar cada vez mais essa demanda potencial.

3.1. *Capacious extremis!* Exemplos de locais relacionados a cultura pop e impactados pelo turismo cinematográfico

Para o desenvolvimento deste subcapítulo, foram consultados alguns artigos que já estudam os destinos apresentados, além de vídeos no *youtube* onde os influenciadores que visitaram os locais fazem um *tour*, mostrando detalhes e curiosidades sobre eles, a fim de entender o que é apresentado ao fã e quais são as possibilidades de aventuras a serem vividas, para explorar este aspecto do turismo cinematográfico e ilustrar a atividade com exemplos concretos.

Um dos exemplos mais fortes em relação aos filmes da cultura POP e o turismo cinematográfico, é o grande sucesso da trilogia *O Senhor dos Anéis*, gravada na Nova Zelândia. Há um comparativo feito por Nascimento (2009) entre o número de visitantes no país antes e depois do lançamento da saga, que ocorreu em 2001, pois em 1999 há um registro de 1,5 milhão de visitantes, e em 2004 esse número cresceu para 2,2 milhões, gerando 8 bilhões de dólares ao ano.

O sucesso foi tão significativo que o país aproveitou para incentivar o turismo local relacionado à saga, criando não somente o cargo público, citado no tópico 1.2, como também materiais para aprimorar a experiência dos visitantes, como o *Lord of The Rings Location Guidebook*, do autor Ian Brodie, que detalha os locais usados para as gravações dos filmes, atuando literalmente como um guia turístico para os visitantes da Nova Zelândia que são fãs da saga (NASCIMENTO, 2009).

Hobbiton, como é chamada a fazenda aberta a visitação para turistas e fãs dos filmes, é o local onde foram gravadas as cenas do Condado, região onde moram os *Hobbits* da saga *O Senhor dos Anéis*. O Condado é um lugar encantador e bem

característico, com casas pequenas chamadas de tocas, com portas redondas e muita natureza em volta, pois os seus habitantes são muito ligados ao meio ambiente e ao trabalho no campo. Inicialmente, após as gravações dos filmes, o local ficou abandonado, porém, com a demanda de turistas que desejavam conhecer esse mundo encantado, o local foi restaurado e hoje conta com 44 tocas de Hobbits para visitação¹⁵.

Nessa fazenda estão apenas os locais das cenas externas gravadas no Condado, por isso as casas não possuem cenografia por dentro, sendo possível entrar em apenas uma delas, pois todas as cenas internas foram gravadas em um estúdio. Além disso, há também a própria taverna que aparece no filme, a *Green Dragon*, frequentada pela Sociedade do Anel, que foi transformada em um pub para os visitantes comerem e beberem. E é claro, há também uma lojinha de *souvenirs* disponível com produtos personalizados e exclusivos da saga, no final do *tour*.¹⁶

Figura 8 - Hobbiton na Nova Zelândia



Fonte: Google, em 6 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?q=hobbiton&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiq37qet8v_AhWFpJUCHe8ODCMQ0pQJegQIDhAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=IJVVk1vzrUuCvM)

¹⁵ MORÉ, Carol T. Na Nova Zelândia, visite o Hobbiton, o vilarejo de O Hobbit. In: *Follow The Colours*, 5 abr. 2015. Disponível em: <https://followthecolours.com.br/na-nova-zelandia-visite-o-hobbiton-o-vilarejo-de-o-hobbit/>. Acesso em: 12 out. 2022.

¹⁶ Tour completo e exclusivo por *Hobbiton*, a famosa vila do Senhor dos Anéis e O Hobbit: *The Shire LOTR*. Gravação de Canal Viaje Por Conta, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rRI-EolkcRE>. Acesso em: 20 out. 2022.

Outro cenário muito importante para a saga é *Mordor*, local onde fica localizada a Montanha da Perdição, vulcão ativo em que Frodo deve jogar o anel do poder para destruí-lo e impedir que Sauron o obtenha novamente. Este local foi gravado no Parque Nacional do Tongariro, onde os visitantes podem realizar uma trilha para chegar até a Montanha da Perdição. Na mesma trilha também é possível passar por Minas *Tirith*, cidade muito importante para o desenvolvimento da história.

Figura 9 - Parque Nacional de Tongariro: Montanha da Perdição



Fonte: Google, em 17 de junho de 2022

(https://www.google.com/search?q=Parque+Nacional+de+Tongariro+mordor&tbo=isch&ved=2ahUKEwiahYf2t8v_AhV9IJUCHXNQB08Q2-cCegQIABAA&oq=Parque+Nacional+de+Tongariro+mordor&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzoECAAQHjoHCAAQExCABDoGCAAQHhATUJMEWKcLYPQMaABwAHgAgAGdAYgBpQiSAQMwLjiYAQCgAQGqAQtn3Mtd2I6LWltZ8ABAQ&sciong=img&ei=3T6OZNqiKP2o1sQP86Cd-AQ&bih=746&biw=1519&hl=pt-BR#imgrc=nDspnmDAXtSKsM)

Como a saga inteira foi gravada na Nova Zelândia, tanto a trilogia de O Senhor dos Anéis, quanto a de O Hobbit, muitos outros locais do país serviram de palco para este fim, pois são filmes que prezam muito pela paisagem visual que transmite tranquilidade, felicidade e estão ligadas a natureza, fatores que definem bem a Nova Zelândia. Além disso, segundo um vídeo divulgado no canal do youtube “Viaje por conta”¹⁷, o país ainda se aproveita dos lugares de gravação dos filmes para desenvolver outras atividades turísticas e não focar apenas na saga, o que também acaba chamando a atenção de outros turistas, que podem não se importar

¹⁷ Idem

se ali foi gravado ou não O Senhor dos Anéis, mas gostam da atividade ali exercida, ou então uma via de mão dupla para o fã, que pode praticar a atividade que gosta em um local que tem significado para a saga.

Alguns exemplos dessas atividades exibidos no vídeo, são os esportes radicais que acontecem em alguns dos lugares que também foram cenários para a gravação dos filmes, como na cidade de *Queenstown*, onde diversas partes dos filmes foram gravadas e hoje também são aproveitadas para o turismo ecológico, como os vales e rios que cortam *Queenstown*, *Vau do Bruinen* e *Anduin* no mundo da Terra Média, que fizeram parte de uma clássica cena de O Senhor dos Anéis - A sociedade do anel, o primeiro filme da saga, quando eles passam pelo Portão dos Reis, um monumento muito importante para a história. Neste mesmo rio há atividades de esportes radicais, como saltar do topo da montanha. Há também o rio *Shotover*, que fez parte de uma cena clássica do primeiro filme da saga, onde Arwen está fugindo dos nove cavaleiros e causa uma grande inundação no rio para salvar Frodo. Neste rio há um passeio de *jet boat*, um barco que navega muito rápido e de forma radical.

Figura 10 - Rio Anduin (Queenstown)



Fonte: Google, em 6 de outubro de 2022

([https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdeXzh-SJUO-RrckkKyb5a8Eiyzplw:1687044138822&q=Rio+Anduin+\(Queenstown\)&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjTqPWUucv_AhXKFbkGHe5_D3MQ0pQJegQIChAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=-IL2XPqHvPZJrM](https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdeXzh-SJUO-RrckkKyb5a8Eiyzplw:1687044138822&q=Rio+Anduin+(Queenstown)&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjTqPWUucv_AhXKFbkGHe5_D3MQ0pQJegQIChAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=-IL2XPqHvPZJrM))

Em relação ao impacto da saga no turismo da Nova Zelândia, tanto a trilogia de O Senhor dos Anéis, quanto a de O Hobbit, gerou cerca de 14,5 bilhões de dólares entre 2015 e 2016, e através de uma pesquisa com turistas internacionais

feita pelo país, foi descoberto que cerca de 16% alegaram que os filmes eram o motivo da viagem¹⁸. Esses resultados positivos impulsionaram o país a criar ações que chamassem a atenção dos fãs da saga para as atividades turísticas locais, e em 2016 foi lançada a campanha “Uma viagem pela Terra Média” onde, através da página do facebook “100% Pure New Zealand”, foram divulgados alguns testes para os fãs descobrirem qual personagem dos filmes eles seriam, e o resultado saía com uma sugestão de itinerário que tivesse relação com o personagem para o fã visitar no país.

Outra saga que também influenciou muito o local onde suas cenas principais foram gravadas, é *Star Wars*. Porém, esta saga foi filmada em diversos países, diferentemente de *O Senhor dos Anéis*, que foi filmada inteiramente na Nova Zelândia. O primeiro filme foi lançado em 1977, e até hoje ainda estão sendo lançados outros materiais cinematográficos relacionados ao universo da saga que são filmados ao redor do mundo e segue impactando por onde quer que passe. O efeito individual de cada local pode não ser muito significativo, porém a somatória de todo o impacto da saga em diversos aspectos que atingiu, sem dúvida foi exorbitante, pois obteve sucesso não somente no mundo cinematográfico, devido ao tanto de obras produzidas desde o primeiro ano de lançamento, mas também no mercado, obtendo o título “Guinness World Records” para a franquia de maior sucesso de *merchandising* de filmes, e, além disso, é a quinta franquia de mídia de maior bilheteria de todos os tempos¹⁹.

Sobre os locais de gravação dos filmes que viraram atração turística, pode-se citar alguns exemplos, como a parte interna da casa de Luke Skywalker, no planeta *Tatooine*, que foi encenada no Hotel *Sidi Driss*, em Matmata, na Tunísia. O local foi desmontado após as gravações da primeira trilogia, mas foi reconstruído em 2000, para a segunda, sendo cenário do filme “*Star Wars: Ataque dos clones*”. O sucesso foi tão grande, que o local não foi mais desmontado, e hoje serve como ponto turístico para que os fãs possam conhecer exatamente o local onde foi encenada a casa de um dos personagens principais da saga, o que fez com que o hotel ficasse

¹⁸ NEVES, Leonardo. Nova Zelândia lança campanha de turismo baseada em *O senhor dos Anéis* e *O Hobbit*. In: Mercado de Eventos, 9 dez. 2016. Disponível em: <https://www.mercadoeeventos.com.br/noticias/nova-zelandia-lanca-campanha-de-turismo-baseada-em-o-senor-dos-aneis-e-o-hobbit/>. Acesso em: 20 out. 2022.

¹⁹ Turismo em *Star Wars*. In: Hisour Arte Cultura Exposição, s/d. Disponível em: <https://www.hisour.com/pt/star-wars-tourism-49145/>. Acesso em: 26 out. 2022.

mais conhecido hoje em dia como “Hotel Star wars”²⁰.

Figura 11 - Cenário da casa de Luke Skywalker - Hotel Sidi Driss



Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdfHqSESYokIRSQpmQvVum2t4uW8_g:1687044447502&q=Cen%C3%A1rio+da+casa+de+Luke+Skywalker+-+Hotel+Sidi+Driss&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiv042ousv_AhVvp5UCHfZfBacQ0pQJegQICRAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=-hsDgLt9Of96GM)

Já a parte externa da casa, foi filmada próximo ao lago salgado e seco de *Chott El Jerid*, também na Tunísia. E bem próximo a este local, foram filmadas as cenas da cidade de *Mos Espa*, também no planeta *Tatooine*, cidade bastante importante para o desenvolvimento da história de Anakin Skywalker, e que também aparece em outras produções do universo da saga, como na série *The Mandalorian*, lançada em 2019. Este local também foi remontado anos após o fim da primeira trilogia, e mantido desta forma, tornando-se um ponto turístico para os fãs. A partir disso, percebe-se que para um fã de *Star Wars*, ao visitar a Tunísia, é possível desfrutar de diversos lugares que foram importantes para a saga.

Algumas outras cenas da saga foram gravadas nos Estados Unidos,

²⁰ AMARAL, Thiago. Cenários de Star Wars para visitar pelo mundo. In: Fui Ser Viajante, 20 jul. 2021. Disponível em: <https://www.fuiserviadjante.com/nerd-geek/cenarios-de-star-wars/#:~:text=Provavelmente%20um%20dos%20cen%C3%A1rios%20de,e%20adolesc%C3%A1ncia%2C%20no%20planeta%20Tatooine.> Acesso em: 26 out. 2022.

principalmente na Califórnia, que foi palco para dois lugares importantes da primeira trilogia de *Star wars*: *Death Valley National Park*, onde foram retratadas as cenas do Povo da Areia no filme “Uma Nova Esperança”; e o Parque Nacional *Redwood*, onde foram gravadas as cenas do planeta Endor, um local muito importante para o fechamento da primeira trilogia da saga, no filme “O Retorno dos Jedi”.

Figura 12 - Death Valley National Park



Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

(

Figura 13 - Parque Nacional Redwood

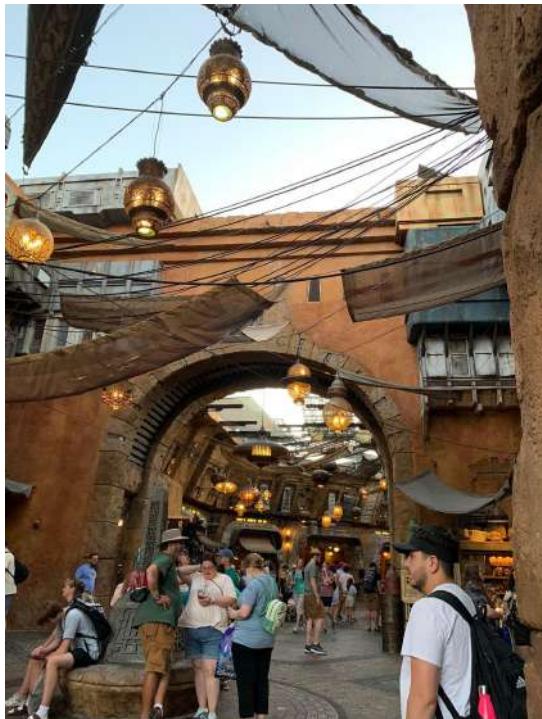


Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

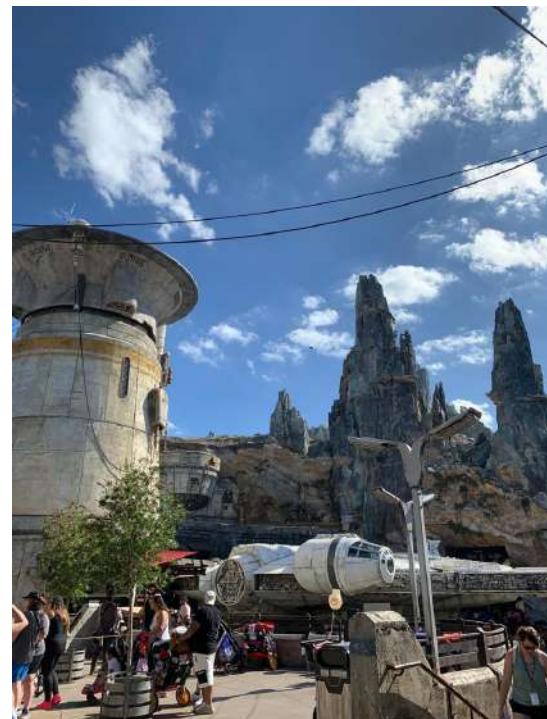
(

Além dos próprios locais de gravação, *Star Wars* também conta com dois parque de diversões nos Estados Unidos, um no *Disneyland Resort* em Anaheim, Califórnia, e outro no *Disney's Hollywood Studios* no *Walt Disney World Resort* em Orlando, chamado de *Star Wars: Galaxy's Edge*²¹.

Figura 14 - Entrada do parque de Star wars em Orlando Figura 15 - *Millenium Falcon*



Fonte: acervo próprio, 2023.



Fonte: acervo próprio, 2023.

Como uma grande fã da saga, tive a oportunidade de visitar o Parque *Star Wars Galaxy's Edge*, no *Disney's Hollywood Studios*, em 30 de março de 2023. Durante a visita, foi possível entender de uma maneira mais aprofundada o que o parque oferece como experiência aos fãs e, a partir disso, foi possível realizar uma pesquisa de observação, conforme citado no tópico 1.3 de metodologia deste trabalho.

O parque conta com diversas atrações significativas para a saga e para os

²¹ Star Wars: Galaxy's Edge: Viva sua aventura Star Wars numa galáxia, muito, muito distante. In: Disney World, s/d Disponível em: https://disneyworld.disney.go.com/pt-br/destinations/hollywood-studios/star-wars-galaxys-edge/?ef_id=CjwKCAjwwL6aBhBIEiwADycBIKSxAl-b5XuQzLvlfFAZ4bDP0pGwaEmEDHkilyP-WjAW6I4vPCWtBoCYvwQAvD_BwE:G:s&s_kwcid=AL!5071!3!617169607437!e!!g!!star%20wars%20land&CMP=KNC-FY23_WDW_TRA_BZL_WB2LA_TKT_SWGE%7CG%7C5231851.MX.AM.01.03%7CMRZZJKD%7CBR%7C617169607437&keyword_id=kwd-314113230710%7Cdc%7Cstar%20wars%20land%7C617169607437%7Ce%7C5071:3%7C&gclid=CjwKCAjwwL6aBhBIEiwADycBIKSxAl-b5XuQzLvlfFAZ4bDP0pGwaEmEDHkilyP-WjAW6I4vPCWtBoCYvwQAvD_BwE. Acesso em: 27 out. 2022.

fãs, como pilotar a famosa *Millennium Falcon*, a nave de Han Solo, que é muito presente em diversas cenas dos filmes, onde o visitante se vê em uma simulação com a interação de personagens conhecidos da saga, e são divididos em funções dentro da nave, sendo orientados em quais passos devem seguir para que a missão ocorra de forma bem sucedida, fazendo com que o participante se sinta vivendo aquelas mesmas aventuras assistidas nos filmes; ou então ter a oportunidade de se juntar a Resistência em uma missão contra a Primeira Ordem, atração chamada de *Star Wars: Rise of the Resistance*, onde os participantes podem simular uma aventura galáctica como nos filmes ao lado de personagens muito importantes para a saga, o que faz com que os fãs consigam mergulhar na história, sentindo-se como os próprios personagens e como se tudo fosse real, o que a torna uma experiência de arrepiar, devido ao grande envolvimento emocional.

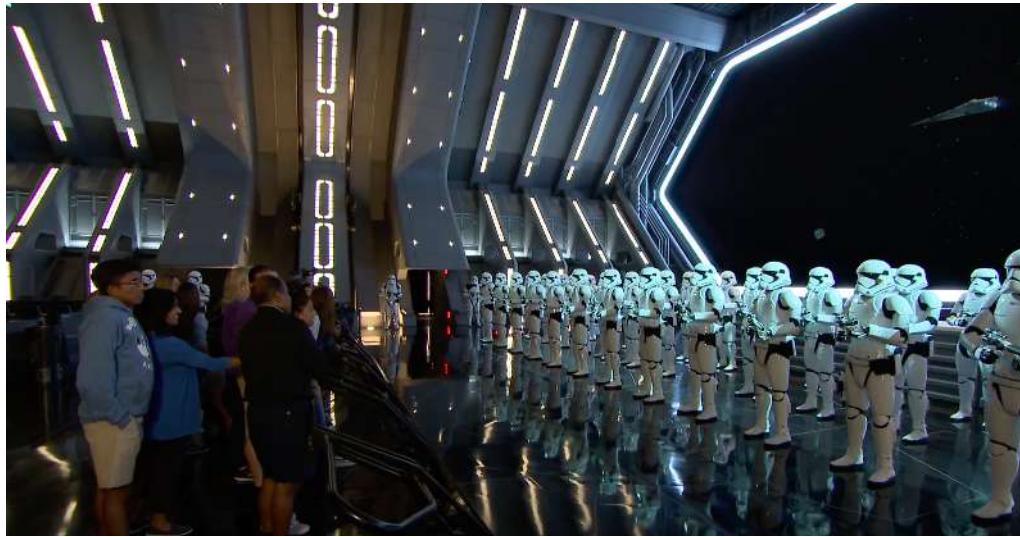
Figura 16 - Visitantes pilotando a Millennium Falcon



Fonte: Google, em 8 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?q=millennium+falcon+disney&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwir87alvcv_AhWZs5UCHXz7AhoQ0pQJegQIChAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=ZSeyJmUT8NJDwM)

Figura 17 - Visitantes na simulação do Rise of the Resistance



Fonte: Google, em 8 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEdfVNFMv5-fo75zxnoGuV6zcyr47w:1687045314071&q=rise+of+the+resistance+disney&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwig6KjFvcv_AhVGuJUCHeStCJQQ0pQJegQIDRAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=dQFDvB7QeMhRpM)

A atração *Star Wars: Rise of the Resistance* foi com certeza a minha favorita, entrar no ambiente da nave e ser tratada como um membro da resistência, foi uma das melhores experiências que já vivenciei. Lembrar das cenas dos filmes e perceber que eu estava vivendo isso, foi de arrepiar, pois a ambientação toda é bem realista, com tecnologias 3D que contribuíram para tornar tudo mais vivo, saindo do meu imaginário e se materializando ali no momento, fazendo todo o investimento com certeza valer a pena por estar vivendo experiências que antes apenas imaginava.

Ao entrar no parque, o fã já consegue reconhecer diversos cenários e se sentir como se estivesse mesmo em um dos muitos planetas retratados ao longo da saga. Tudo é feito com muitos detalhes fiéis ao que é visto nos filmes, e é completamente emocionante para um fã entrar neste lugar que foi feito especialmente para ele, de forma lúdica e sensível, que mexe com a sua criança interior e causa uma nostalgia muito gostosa de viver, pois muitas vezes os filmes fizeram parte da infância, da adolescência e da vida adulta dos fãs, assim como também contém atividades para as próprias crianças, que conhecem a saga e se apaixonaram por este universo. Para que os fãs se sintam ainda mais parte dessa galáxia, são disponibilizados alguns cenários para fotos, e se o visitante tiver fechado o pacote da Disney que dá direito a fotos com os fotógrafos profissionais

espalhados pelo parque, as fotos saem ainda melhores e com direito a edições em que encaixam alguns personagens junto com o fã para a foto, além também de ser proporcionado encontros presenciais com eles.

Figura 18 - Conhecendo o Chewbacca



Fonte: Acervo próprio, 2023

Figura 19 – Montagem temática para os fãs



Fonte: Acervo próprio, 2023

Em suma, *Star Wars* também é uma saga que ganhou o coração de milhares de fãs pelo mundo inteiro, com uma significância enorme para a indústria da cultura pop, o que faz com que uma atração turística em sua homenagem seja muito visitada, mesmo que seja espalhada por diversos lugares no mundo. E o bônus de toda essa experiência é que não é apenas visual, há muitas interações, como as atrações mencionadas acima, tornando tudo ainda mais especial, e faz com que o visitante realmente viva um sonho, viva os filmes, e transforme o seu imaginário em uma realidade.

Os parques da Disney, após a volta dos turistas durante a pandemia em 2021, receberam cerca de 21 milhões de visitantes, e em datas comemorativas eles chegam a receber a sua capacidade máxima de 100.000 pessoas no dia²². Por este motivo, os parques da Disney, por já serem uma atração turística mais consolidada, muito antes de anexarem o parque de *Star Wars*, podem acabar chamando mais a atenção do público, do que os locais de gravação mais distantes, como a Tunísia, porém, esses outros locais não deixam de ser uma ótima e muito bem elaborada opção para um fã nato da saga.

²² O que a gente aprende nos parques da Disney (parte 3): *Magic Kingdom*. In: Veja, 20 mar. 2022.

Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/vejanomics/o-que-a-gente-aprende-nos-parques-da-disney-parte-3-magic-kingdom/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

4. **IMPERIUS! A SAGA HARRY POTTER COMO MOTIVAÇÃO NA ESCOLHA DE UM DESTINO**

“Muitos bruxos e bruxas alegaram que só obedeceram às ordens de ‘Você Sabe Quem’ porque eram controlados pela maldição *Imperius*.” J. K. Rowling.

Figura 20 - Estúdios de Harry Potter em Londres



Fonte: Google, em 2 de novembro de 2022

(https://www.google.com/search?q=Est%C3%BAdios+de+Harry+Potter+em+Londres&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjA-_uSv8v_AhU8IJUCHWSMDuEQ0pQJegQIDB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=XBgZ5AHRX-oaxM)

Neste capítulo, será discutido o estudo de caso desta pesquisa: a saga Harry Potter. Apresentando a saga e as possíveis motivações que incentivam os fãs a visitarem os dois locais turísticos escolhidos relacionados a ela. O estudo de caso será explorado através de pesquisa bibliográfica, pesquisa de observação, e formulário de perguntas, apresentados a seguir.

Conforme já mencionado diversas vezes ao longo deste trabalho, a saga Harry Potter obteve um sucesso muito impactante na vida de muitas pessoas, conquistando fãs fiéis e transformando a vida de muitos deles. A série de 8 filmes foi baseada em 7 livros da autora J.K Rowling. O primeiro livro, Harry Potter e a Pedra Filosofal, foi lançado em 1997 pela primeira vez, e teve sua adaptação para o cinema em novembro de 2001, com a direção de Chris Columbus. Logo no lançamento do seu primeiro filme nos cinemas, a saga já alcançou um sucesso

inestimável, pois gerou quase 1 bilhão de dólares somente com A Pedra Filosofal, e continua sendo um dos maiores sucessos de bilheteria da história²³.

O sucesso da saga foi tanto que, além dos livros e filmes lançados sobre a história de Harry, a autora também produziu alguns outros trabalhos relacionados à saga e ao mesmo universo mágico, porém em tempos diferentes e com novos personagens principais. Dentre esses trabalhos, está uma outra saga de filmes intitulada “Animais fantásticos e onde habitam”, uma prequela, pois relata eventos que aconteceram antes da saga original e atualmente conta com 3 filmes que traz a história do autor do livro que é mencionado algumas vezes em Harry Potter, para fins de estudos dos alunos de magia e bruxaria, com o mesmo nome do filme, mostrando o momento em que ele escrevia e as aventuras que viveu ao pesquisar e estudar as criaturas fantásticas que descreve em seu livro. Os 3 filmes também já mostraram muito sucesso, pois estimula principalmente a nostalgia dos fãs mais antigos que acompanharam a saga original, que além de contar com novos personagens muito cativantes, também traz personagens antigos, como o professor Dumbledore mais jovem, o que estimula a memória afetiva dos fãs, que tiveram a companhia da saga durante muitos anos de suas vidas, pois Harry acompanhou muitos dos fãs durante sua infância, adolescência e vida adulta.

Os filmes da saga contam a história de Harry Potter, um garoto de 10 anos, no primeiro livro e filme, órfão e que mora com os tios. O que Harry não sabe, é que vem de uma família de bruxos, e tanto o pai quanto a mãe eram praticantes de magia. Harry foi criado pelos tios “trouxas” (nome designado para se referir aos não bruxos) que tinham horror à bruxaria, portanto, até o seu aniversário de 11 anos ele não sabia nada sobre o seu passado. É então que Hagrid, guarda-caça da escola de magia e bruxaria de Hogwarts, aparece para lhe buscar e o levar para a escola para que ele possa ser ensinado a usar a sua magia e ser introduzido ao mundo dos bruxos.

É então que Harry descobre que seus pais foram assassinados por um bruxo das trevas chamado Voldemort, que é tão temido por todos que acaba sendo mais conhecido como “Aquele que não deve ser nomeado”. A saga de 7 livros e 8 filmes,

²³ 20 anos desde o primeiro filme, saga Harry Potter voltará aos cinemas. *In:* Exibidor, 4 nov. 2021.

Disponível em:

<https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/12312-20-anos-desde-o-primeiro-filme-saga-harry-potter-voltara-aos-cinemas#:~:text=Sozinho%20o%20longa%20fez%20arrecada%C3%A7%C3%A3o,t%C3%A3o%20rentosos%20quanto%20o%20primeiro>. Acesso em: 8 set. 2022

acaba sendo desenrolada a partir dessa história ainda não totalmente resolvida entre Harry e Voldemort, que acredita que o garoto será a sua destruição um dia, e, por isso, tenta de todas as formas aniquilá-lo antes que ele se torne uma ameaça. Na sucessão de acontecimentos a partir dessas descobertas, o telespectador entra em um mundo mágico de grandes aventuras na vida de Harry e seus amigos na escola de Hogwarts, onde é possível se sentir imerso e dentro desse universo que é apresentado com tanta precisão e envolvimento. Por este motivo, fica muito fácil se imaginar vivendo realmente toda essa experiência mágica na vida real, o que torna os cenários e parques temáticos da saga, extremamente atraentes para os fãs.

4.1. *Periculum!* Harry Potter e a Jornada do Herói

As aventuras de Harry envolvem os fãs na típica chamada Jornada do Herói, uma teoria desenvolvida por Joseph Campbell sobre um padrão que se repete em algumas histórias em que há uma figura heroica centralizada²⁴. Como Campbell descreveu em seu livro “O Herói de Mil faces” (1949), a jornada do herói acaba por se repetir em muitas histórias, principalmente em filmes de aventura, como os citados anteriormente de O senhor dos Anéis, Star Wars e, como será apresentado a seguir, Harry Potter. A jornada do herói poderia ser exemplificada como:

Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas — forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes (CAMPBELL, 1949, p. 20 e 21).

Essa jornada do herói acaba por ser tão envolvente que, mesmo sendo um padrão que já se repetiu diversas vezes no cinema, ainda assim, até hoje, pode-se dizer que é uma fórmula que dificilmente falha, um clichê muito bem-sucedido e que consegue atrair e segurar a atenção dos fãs. Para ilustrar essa observação, foram analisadas algumas cenas de Harry Potter, e relacionadas com alguns dos passos de Campbell, mencionados em seu livro, a respeito do desenvolvimento de uma jornada de herói, interligando com os acontecimentos na vida do jovem Harry. Para o desenvolvimento deste subcapítulo, foi utilizado tanto o livro de Campbell quanto uma reportagem de uma adaptação feita por Vogler (2015), encontrada no blog Vilto

²⁴ REIS, Vilto. A Jornada do Herói – O guia completo: o que é, exemplos, infográfico e por que você está usando errado. In: Vilto Reis, s/d. Disponível em: <https://viltoreis.com/a-jornada-do-heroi/>. Acesso em: 14 jun. 2022.

Reis, propriamente citado nas referências ao final deste trabalho.

No livro de Campbell (1949), a jornada do herói é dividida em passos, de forma a ilustrar os conceitos abordados, mostrando que muitos exemplos podem ser encaixados nessa jornada, se possuírem os passos apresentados. Em relação a Harry Potter, a partir da adaptação feita por Vogler (2015), pode-se destacar os seguintes passos:

O chamado da aventura: É possível identificar esse estágio no primeiro filme “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, onde em seu aniversário de 11 anos, Harry é convocado por Hagrid a estudar na escola de magia e bruxaria de Hogwarts, revelando que na verdade é e sempre foi um bruxo, e é então que começa a sua grande aventura no mundo mágico.

O auxílio sobrenatural: A saga encaixa-se perfeitamente neste estágio, pois o auxílio sobrenatural é a personificação de uma pessoa que irá proteger o herói em sua jornada que se apresenta a ele, e neste caso também seria o Hagrid, que protege Harry não apenas em seus primeiros momentos no mundo da magia, mas em diversos outros também ao longo de toda a saga. Neste passo, outros exemplos podem ser encaixados também, como Dumbledore, que também sempre esteve presente para auxiliar Harry, principalmente em sua jornada de descoberta sobre a verdadeira história de sua família; assim como os seus amigos, que estão acompanhando Harry na maioria de suas aventuras.

A passagem pelo primeiro limiar: Aqui Campbell se refere literalmente a passagem entre o mundo antigo do herói e o novo que se apresenta como uma aventura. É possível identificar este estágio quando Harry atravessa uma passagem secreta em um bar comandado por bruxos chamado Caldeirão Furado, em direção ao Beco Diagonal, uma área de compras para bruxos e completamente escondida dos trouxas, onde Harry compraria todo o material necessário para os seus estudos, e foi o seu primeiro contato com o mundo mágico desde que era um bebê. O Beco Diagonal pode ser acessado através da abertura de uma parede dentro do bar Caldeirão Furado, onde Hagrid deveria tocar nos tijolos certos, como uma espécie de senha, e então a parede se abriria e a passagem estava liberada. É neste momento que Harry se despede do mundo antigo que conhecia, e se entrega para o mundo mágico. Essa simbolização é bem clara na história de Harry, pois ele estava realmente dividido em dois mundos distintos.

O caminho de provas: Neste estágio, o herói enfrenta diversos testes e

desafios que o transformará ao longo do caminho. Harry certamente passa por essa fase em todos os seus filmes, e, pegando como exemplo ainda o primeiro, ele encerra a sua primeira aventura duelando com Voldemort, seu maior inimigo, e justamente o momento de ápice do filme é uma série de testes enfrentados por Harry e seus amigos. Esses testes são bem claros, pois se tratando de um mundo mágico, as aventuras são bem fantasiosas, levando Harry e seus amigos a lutarem com um cão de três cabeças, a jogarem um jogo de xadrez mortal e finalmente a luta final com o inimigo, que ele enfrenta sozinho.

A sintonia com o pai: Conforme já mencionado, Harry ficou órfão muito cedo, portanto não tem muitas lembranças com os pais. Nesse estágio, Campbell destaca uma relação paterna, mas não necessariamente um homem ou de fato o pai do herói. Neste caso, pode-se relacionar tanto com os pais de Harry, que fizeram de tudo por ele e inclusive deram a vida para salvar a sua quando Voldemort os atacou, ou pode-se relacionar também com a relação entre Harry e Dumbledore, professor e diretor da escola de Hogwarts que, por sempre ter conhecimento da história completa de Harry e de seu destino, demonstrava carinho e atenção fraternal pelo garoto, o que resultou em uma relação quase que de pai e filho, sendo Dumbledore uma figura muito poderosa e que guiou Harry desde o início de sua jornada, até quando pôde. Assim como Hagrid, que também esteve em diversos momentos para ajudar Harry, desde o primeiro dia.

A apoteose: Este é o momento da jornada onde o herói obtém o conhecimento maior de toda a história, e a partir disso deve enfrentar a luta final. Como a saga é composta por 7 livros e 8 filmes, Harry e seus amigos passam por esse momento da Apoteose diversas vezes, sendo pelo menos uma vez em cada filme. Porém, a Apoteose principal seria a luta final com Voldemort no último livro, onde Harry finalmente descobre o seu verdadeiro passado e como está ligado profundamente com o seu maior inimigo.

Acima estão apenas alguns exemplos de como as aventuras de Harry se encaixam nesse modelo seguido por tantos outros sucessos da cultura pop, inclusive os já citados neste trabalho como *O senhor dos anéis* e *Star wars*. Esse modelo acaba por se tornar uma fórmula que, se for muito bem construída, alcançará um grande sucesso e será capaz de captar a atenção dos fãs e cativá-los de forma a serem muito fiéis aos seus conteúdos, como a própria viagem para conhecer lugares mágicos que fizeram parte dessa aventura.

Percebe-se também que outra característica muito forte na jornada de um herói, ainda pegando como exemplo a saga Harry Potter, é que durante todas as suas aventuras, nunca nada é muito certo, principalmente por ser uma saga de muitos livros e filmes, ou seja, sempre que ele resolia algum obstáculo, geralmente relacionado aos passos da jornada do herói de Campbell (1949), ainda restava uma brecha para o desafio seguinte, que seria mostrado no próximo filme, e assim por diante até descobrirmos que tudo estava ligado a um último desafio, no último livro, que no caso de Harry, após todas as lutas enfrentadas, o seu destino era derrotar Voldemort.

4.2. *Lumus!* O sucesso de Harry Potter e o turismo

Souza-Leão e Costa (2016), em seu artigo “Agenciados pelo desejo: O consumo produtivo dos *potterheads*”, evidenciam claramente a relação entre o sentimento de fã com o desejo de se possuir objetos materiais que tenham ligação com o que se gosta. Isso se aplica a todas as relações de fãs, seja em esportes, filmes, séries, livros, etc. Neste artigo, é mostrado especificamente o objeto de estudo deste trabalho, que é a relação entre os fãs da saga Harry Potter com os produtos de desejo relacionados a ela, pois este desejo cria uma identidade tão forte que recebe até um nome, que no caso dos fãs de Harry é denominada *Potterhead*. E é através desses fãs que muitas marcas que produzem objetos personalizados conseguem se manter ativas no mercado tão fortemente.

Algo interessante de se ressaltar, é que atualmente esse desejo não se limita apenas a objetos materiais, mas aos imateriais também, como uma viagem, pois traz uma experiência ainda mais profunda e intensa da relação entre o fã e a saga. Hoje em dia, essa procura por uma relação mais intensa, está cada vez mais em alta (NASCIMENTO, 2009).

Felizmente, os fãs de Harry Potter têm muitas opções para poderem viver as aventuras de seus personagens favoritos ao vivo, como a visita no estúdio de gravação da saga, localizado em Londres, e os parques temáticos nos Estados Unidos. Segundo Costa (2016), em seu artigo “As possibilidades de implementação do turismo cinematográfico em Belém do Pará”, onde ele elencou diversas sagas e os seus impactos nos destinos onde foram gravadas, a série de filmes da saga Harry

Potter teve um acréscimo de 50% ou mais na categoria de “impacto em número de visitantes ou faturamento”, elencada por ele.

Além dos mencionados acima, há também diversos outros lugares temáticos relacionados à saga ao redor do mundo, como restaurantes e lanchonetes, que chamam a atenção dos fãs com comidas e bebidas com nomes temáticos e decoração fiel ao mundo mágico dos filmes, conforme já foram mencionados alguns exemplos no tópico 1.2. Outro exemplo é o restaurante Magia e Bruxaria, localizado no Jardim Taquaral, na cidade de São Paulo, que, mesmo sendo impedido de usar literalmente a marca da saga, por conta de direitos autorais, traz muitas referências aos filmes, como o próprio nome que remete à escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, a decoração totalmente temática, e algumas atividades como: funcionários caracterizados de personagens com pequenos *pocket shows*; lojinha com produtos personalizados do mundo mágico; locais destinado a fotos temáticas; e uma simulação de aulas relacionadas às próprias matérias de Harry Potter, como Herbologia. Para entrar no restaurante é necessário a compra de um ingresso que atualmente custa R\$ 125,00 e dá direito a uma bebida não alcoólica, um lanche e uma sobremesa, além de poder ficar no restaurante por 2 horas²⁵. Há outros exemplos na cidade e em outros lugares do mundo também, assim como restaurantes temáticos de outras sagas, filmes e séries, pois é um fenômeno que tem feito muito sucesso e acaba conquistando os fãs.

Figura 21 - Restaurante Magia e Bruxaria em São Paulo



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEddE93ahNILsacyJOwOyGTk_GbiTfQ:1687103364041

²⁵ Magia e Bruxaria. São Paulo, s/d. Disponível em: <https://www.magiaebruxaria.com.br/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

&q=Restaurante+Magia+e+Bruxaria+em+S%C3%A3o+Paulo&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjJ5NnIic3_AhWbqJUCHdnWCCoQ0pQJegQICRAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=-fGmIQeSePchAM).

4.2.1. *Carpe Retractum!* Estúdios de gravação de Harry Potter na Inglaterra

Para entender um pouco mais sobre as atrações do estúdio, foram consultados alguns vídeos de *tours* pelo local no *youtube*, de forma a poder ter uma experiência visual de como funcionam as visitas e o que pode ser feito e visto pelos fãs, para posteriormente comparar com os resultados da pesquisa realizada, além de também visitar sites e blogs de notícias para ilustrar essa experiência.

Os estúdios estão localizados em Leavesden, na Inglaterra, uma cidade bem próxima a Londres. É um passeio com diversas atrações que o público pode decidir de que forma irá aproveitá-las, atuando como uma espécie de museu da saga, onde os fãs podem levar horas olhando e vivendo cada detalhe.²⁶

Figura 22 - Warner Bros. Studio Tour: The Making of Harry Potter



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEde8_L-cGIsVdZL8nLvh0V9S31pQqQ:1687103484219&q=Est%C3%BAdios+de+grava%C3%A7%C3%A3o+de+Harry+Potter+em+Londres&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjo7oCfls3_AhX8ArkGHR97AkgQ0pQJegQIDxAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=-8L7ubMWp9YVuM)

Ao chegar no começo do *tour*, os visitantes já recebem um passaporte personalizado da saga, e ao longo da visita você pode ir carimbando os lugares por

²⁶ Harry Potter Studio Tour Londres 2022. Gravação de canal Ga ao quadrado, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tYv4brXAEiY>. Acesso em: 18 out. 2022.

onde passar, o que resulta em uma ótima lembrança da experiência. Durante a exposição, os fãs encontram os locais onde as cenas dos filmes foram realmente gravadas, como: o salão principal de Hogwarts com as mesas das quatro casas decoradas; o armário embaixo da escada onde Harry dormia na casa de seus tios; a sala de aula de alguns dos professores mais frequentes na saga, como a sala de poções do professor Snape; o Beco Diagonal com as lojas mais famosas dos filmes, como a loja de varinhas do Sr. Olivartas, a livraria Floreios e Borrões, a loja Gemialidades Weasley, dos irmãos Wesley, entre outras.²⁷

Figura 23 - Salão principal de Hogwarts



Fonte: Google, em 6 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEde8_L-cGIsVdZL8nLvh0V9S31pQqQ:1687103484219&q=Est%C3%A3o+de+grava%C3%A7%C3%A3o+de+Harry+Potter+em+Londres&tbs=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjo7oCfls3_AhX8ArkGHR97AkgQ0pQJegQIDxAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=a0XNjtPevQTJEM).

Há também diversos objetos importantes que fizeram parte dos filmes, alguns elementos originais de cenário e figurino, assim como um bar com algumas das comidas e bebidas especiais, como a famosa cerveja amanteigada. A estação *King's Cross*, com a plataforma 9 ¾, onde os alunos pegam expresso Hogwarts para chegar até a escola de magia e bruxaria, também está presente no *tour*, assim como o banco Gringotes, onde os bruxos guardam seu dinheiro e pertences de valor, que conta também com o cofre da Belatrix, uma personagem muito importante para o desfecho da saga, pois foi em seu cofre que Voldemort guardou uma de suas

²⁷ Idem

horcruxes, resgatada mais tarde por Harry e seus amigos em uma cena épica dos filmes.²⁸

Figura 24 - Estação King's Cross



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEde8_L-cGlsVdZL8nLvh0V9S31pQqQ:1687103484219&q=Est%C3%BAdios+de+grava%C3%A7%C3%A3o+de+Harry+Potter+em+Londres&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjo7oCfls3_AhX8ArkGHR97AkgQ0pQJegQIDxAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=nGLnxxRKGLF2XM).

Uma atividade interessante que os fãs podem vivenciar durante o *tour*, é encenar o momento em que Harry e seus colegas de classe estão na primeira aula de voo de vassoura, onde o fã pode sentir como se estivesse realmente levitando a vassoura até a sua mão, um dos muitos detalhes que tornam a experiência mais real e próxima a dos filmes.²⁹

Em uma outra parte da exposição, é possível também ver como alguns efeitos visuais foram construídos em cenas clássicas da saga, como a do segundo filme, Harry Potter e a Câmara Secreta³⁰, em que Harry e seu amigo Rony estão no carro voador e eles acabam encontrando o Salgueiro Lutador, uma árvore muito perigosa que está localizada nas dependências do castelo, nesta cena a árvore arremessa o carro voador para muito longe, com os dois garotos dentro. Nessa área

²⁸ Idem

²⁹ Harry Potter em Londres: *tour* completo e exclusivo no estúdio da Warner Bros | VPC Episódio 100. Gravação de Canal Viaje Por Conta, 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rI59N_BAn9g. Acesso em: 18 out. 2022.

³⁰ Harry Potter e a Câmara Secreta. Direção: Chris Columbus. Roteiro: Steve Kloves, baseado na obra de J K Rowling. Inglaterra, 2002.

do *tour*, é mostrado de que forma essa cena precisou ser realizada para juntar com os efeitos especiais, o que também é uma experiência enriquecedora para o fã, além de trazer uma certa nostalgia ao rever o carro, a árvore e a cena em si.³¹

Dentro do Expresso de Hogwarts, o trem que os alunos utilizam para chegar até a escola, que é o mesmo utilizado para as gravações, é disponibilizado para os fãs uma cena de cada filme diferente que aconteceu dentro dos vagões, o que também trabalha com a nostalgia e sentimentos dos fãs.

Outras formas de trabalhar esse aspecto dos sentimentos e da nostalgia dos fãs, é que em algumas partes do *tour* estão algumas cenas específicas encenadas com alguns bonecos representando os atores, de forma a parecer bem real. Uma dessas cenas, novidade do ano de 2022 no estúdio, é representada no quinto filme, Harry Potter e a Ordem da Fênix³², onde os gêmeos Fred e Jorge Weasley estão sobrevoando o salão principal durante as provas finais e, em protesto a nova diretora, que não é de muito agrado dos alunos, pregam uma peça soltando fogos pelo salão e causando uma grande confusão.

Figura 25 - Beco Diagonal nos estúdios de gravação



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEdcmFyKXg6XQpKmIRzT2r23dQMcdtQ:1687104476939&q=Beco+Diagonal+nos+est%C3%BAdios+de+grava%C3%A7%C3%A3o&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjJ3K_4mc3_AhUelrkGHd0ECR0Q0pQJegQICRAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=uufS0kNLkS67UM).

³¹ Harry Potter em Londres: tour completo e exclusivo no estúdio da Warner Bros | VPC Episódio 100. Gravação de Canal Viaje Por Conta, 2020. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=rI59N_BAn9q. Acesso em: 18 out. 2022.

³² Harry Potter e a Ordem da Fênix. Direção: David Yates. Roteiro: Michael Goldenberg, baseado na obra de J K Rowling. Inglaterra, 2007.

Além de todos os cenários incríveis onde as cenas foram gravadas que os fãs podem conferir, ainda dentro do *tour* há duas lojas com produtos da saga que vira praticamente uma parada obrigatória, sendo uma das lojas dentro do estúdio e a outra na estação *King's Cross*. Há produtos exclusivos e específicos sobre a saga que se tornam irresistíveis para os fãs, principalmente que é a última parada do *tour*, então os visitantes já passaram por toda a magia e são ainda mais instigados a comprar os produtos, um ótimo *merchandising* para os filmes. Na loja não há somente acessórios como vestuário e objetos decorativos, mas também algumas das comidas e bebidas típicas do mundo mágico, que também podem ser encontradas no bar, mas as da loja você pode levar para casa e a embalagem fica como um souvenir. Alguns dos produtos que podem ser adquiridos nas lojas e que com certeza atraem a atenção dos fãs são: varinhas de alguns personagens; camisetas e outros objetos das casas; a espada de Gryffindor (objeto muito importante para o desfecho da saga e que pertence ao fundador da casa Grifinória); doces temáticos que aparecem na saga como os feijóezinhos de todos os sabores; os sapos de chocolate com uma carta especial de algum personagem da saga, assim como nos filmes; moedas do banco Gringotes, entre outros.³³

Figura 26 - Fachada da loja da Plataforma 9 ¾



Fonte: Google, em 20 de junho de 2023

(<https://www.google.com/search?sxsr=APwXEde0N5WU7h3iS1LVF4eSLf0eYnS-fQ:1687299527200&q=Fachada+da+loja+da+Plataforma+9+%C2%BE+londres&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj8crH8>

³³ Loja Harry Potter Plataforma 9 ¾ e *House of Minalima* 2022. Gravação de Canal Ga ao quadrado, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GYanUhn2f-Q>. Acesso em: 14 out. 2022.

NL_AhV0FbkGHVc3CS8Q0pQJegQICxAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=AKIfa6rG5VURUM).

Logo após a saída da Plataforma 9 ¾, encontra-se a *House of Minalima*, estúdio responsável pelos designs gráficos de toda a saga Harry Potter e também de Animais Fantásticos. Dentro do estúdio é possível encontrar diversos trabalhos gráficos relacionados a esse mundo mágico, como alguns dos livros estudados pelos alunos de Hogwarts, assim como também um livro muito importante para o desfecho da saga, chamado “*Beedle the Bard*”, um dos objetos deixados por Dumbledore, sendo este destinado a Hermione, pois no livro contém a história que desvendava o mistério sobre as Relíquias da morte, três objetos que juntos davam ao dono o poder de derrotar a morte.³⁴

Figura 27 - *House of Minalima* no estúdio de Harry Potter



Fonte: Google, em 7 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdFFLZYCTQHVrjKHApgBV0BTddsg:168710643957&q=House+of+Minalima&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjdn52goc3_AhWBUpUCHXR6BCYQ0pQJeQIDRAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=JnqOx5e2_IDCiM)

A grande atração dos estúdios está justamente no fato de ter sido o local exato de filmagem dos filmes, com objetos realmente usados nas gravações e com conteúdos exclusivos dos atores que viveram os personagens em pequenos vídeos explicando algumas cenas, e até mesmo os figurinos usados nos bonecos dos cenários são os mesmos utilizados pelos atores em determinados momentos dos filmes. Por este motivo, ao ser comparado com as cenas, tem-se algo extremamente fiel entre o que o fã poderá viver na visita e o que ele espera ao assistir os filmes.

³⁴ Idem

Em um relato de um fã, em seu canal no *youtube* “Viaje Por Conta”, ele declara que “até emociona quando abrem as portas, é lindo demais!”.³⁵

4.2.2. Portus! Parque *Wizarding World of Harry Potter* - Estados Unidos

Outra grande atração para os fãs da saga, é o parque *Wizarding World of Harry Potter*, em Orlando, nos Estados Unidos. Neste parque, conforme mencionado no tópico 1.3 sobre a metodologia, tive a oportunidade de visitar enquanto ainda estava em fase de pesquisa para este trabalho, portanto, pude vivenciar a experiência ao vivo como uma fã da saga e assim conseguir insumos concretos para concluir o trabalho, podendo utilizar de uma pesquisa de observação, que será descrita a seguir.

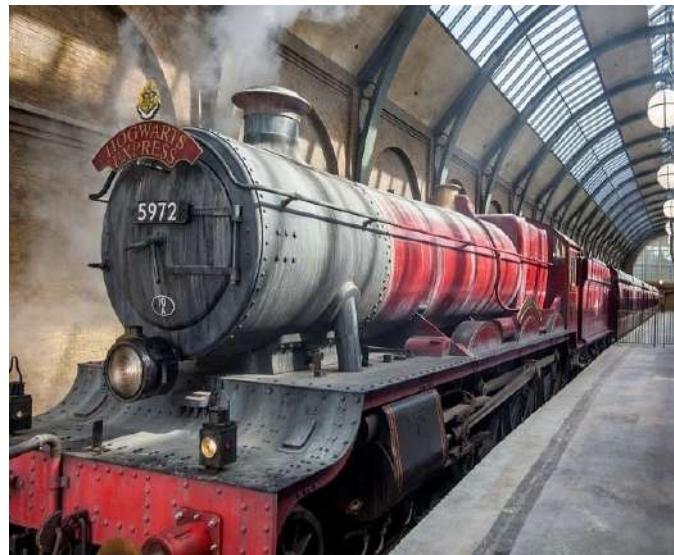
Dentro do *Universal Orlando Resorts* há dois parques temáticos: *Universal Studios Theme Park* e *Islands of Adventure*. O *Wizarding World of Harry Potter* está dividido entre esses dois parques, em duas seções diferentes, sendo elas *Diagon Alley* (Beco Diagonal), localizado dentro do *Universal Studios Theme Park*, e *Hogsmeade*, dentro da seção *Islands of Adventure*. Uma encenação da plataforma 9 ¾, com o expresso de Hogwarts, é o que conecta as duas seções, então se o visitante adquiriu o ingresso que possibilite a visita em ambos os parques no mesmo dia, ele pode viajar dentro do expresso de Hogwarts para se locomover de um para o outro, enquanto algumas cenas dos filmes vão passando pela janela, como se fossem parte da paisagem lá fora, tornando a experiência ainda mais imersiva. Caso o visitante adquira o ingresso que permita apenas um parque por dia, o expresso de Hogwarts não está incluso.

³⁵ Harry Potter em Londres: *tour* completo e exclusivo no estúdio da Warner Bros | VPC Episódio 100. Gravação de Canal Viaje Por Conta, 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rI59N_BAn9g. Acesso em: 18 out. 2022.

Figura 28 - Estação King's Cross



Figura 29 - Expresso de Hogwarts



Fonte: Acervo próprio, 2023

Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

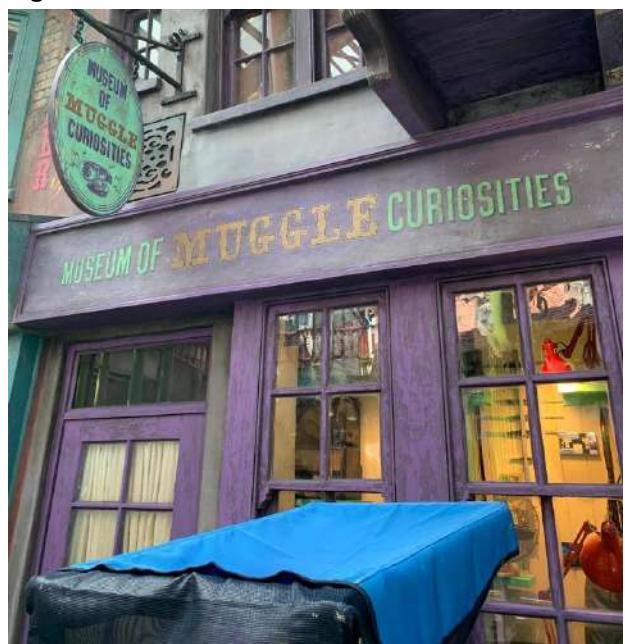
(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEdf0EHnhRkF-SXpjAQivC9gW_ogCYA:1687107084775&q=expresso+de+hogwarts+parque+orlando&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjXrfHT083_AhVTgpUCHbTEAW4Q0pQJegQIChAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=MQRVnsq6QXfuVM)

O parque conta com muitos momentos de interação, como quando o visitante compra uma varinha e aponta para alguns pontos específicos, interagindo com o cenário, simulando a própria magia ao levitar livros, mover algum objeto, etc.

Há também algumas barracas ao longo do parque que vendem a famosa cerveja amanteigada dos filmes, assim como o bar Três Vassouras, presente em muitas cenas, onde também é possível fazer refeições britânicas típicas e outras com referências aos filmes. Ainda sobre a parte da comida, há também, no Beco Diagonal do parque, a *Florean Fortescue's Ice-Cream Parlour*, uma sorveteria frequentada por Harry e mencionada nos livros e filmes diversas vezes. Além dessas opções, há muitas outras ao redor do parque que trazem referências aos filmes com nomes dos estabelecimentos e das bebidas que trazem homenagens e nostalgia para os fãs.

Figura 30 - Sorveteria Florean

Fonte: Acervo próprio, 2023

Figura 31 - Museu de curiosidades dos trouxas

Fonte: Acervo próprio, 2023

A grande diferença entre este parque e o estúdio de Londres, é que o estúdio funciona mais como um museu interativo sobre os lugares em que ocorreram as gravações da saga, focando mais no lado emocional do fã, utilizando de objetos, cenários, figurinos e outros aspectos verdadeiros dos filmes. Já o parque, busca trazer muito mais a parte lúdica do mundo mágico, por se tratar de um parque de diversões, então eles misturam o que qualquer parque já tem, que são os brinquedos e as atividades, com a magia do universo de Harry Potter, que também mexe com o lado emocional do fã, mas foca na parte da diversão, o que acaba sendo interessante até mesmo para quem não é tão fã da saga assim, sendo um passeio para toda a família aproveitar. E mesmo nos brinquedos dos parques, há sempre algo de muito emotivo para os fãs, como na Montanha Russa do Hagrid, onde enquanto você realiza o passeio cheio de adrenalina, mas também passa por algumas cenas dos filmes onde Hagrid está dando uma aula sobre alguma de suas criaturas mágicas, além do fato de a montanha russa ser no formato da famosa *motorbike* do Hagrid, que participa de cenas épicas nos filmes, como quando Hagrid está transportando Harry na *motorbike* no último filme, Harry Potter e as Relíquias da Morte - parte 1³⁶, quando estão todos fugindo dos comensais da morte.

³⁶ Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 1. Direção: David Yates. Roteiro: Steve Kloves, baseado na obra de J K Rowling. Inglaterra, 2010.

Figura 32 - Montanha Russa do Hagrid



Fonte:Google, em 7 de outubro de 2022

(https://www.google.com/search?sxsr=APwXEdd7kLsgMCwjGOSOB2XaC3LI3Kf1tg:1687108077157&q=Montanha+Russa+do+Hagrid&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjIzoutp83_AhVCOrkGHdwmAX4Q0pQJegQICxAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=0p_SdLeAg-g1gM)

Ao passar pela plataforma 9 ¾, os visitantes têm a oportunidade de andar no trem reproduzido de acordo com os filmes, assim como os estudantes de Hogwarts. O visitante pode passar pela plataforma 9 ¾ em ambos os sentidos dos parques, e ao sair do trem, é possível já observar *Hogsmeade* ou O Beco Diagonal, dependendo de qual foi o sentido de origem. Interessante notar que a estação *Kings Cross*, que de fato existe na cidade de Londres, faz parte do mundo das pessoas não bruxas na saga, e os personagens são transportados para o mundo dos bruxos em uma passagem secreta dentro da estação; o mesmo acontece no parque, onde avistamos primeiro a estação, que temos a opção de entrar nela e ir para o outro parque através do trem, se o nosso ingresso permitir, ou então entrar no Beco Diagonal por outra passagem, para quem não tem o ingresso dos dois parques no mesmo dia, dando também essa sensação de que a estação faz parte do mundo não mágico (a parte de fora do *Wizarding World of Harry Potter*), e que o Beco Diagonal faz parte do mundo mágico, ao passar pela entrada do parque. Interessante ressaltar que o parque de Harry Potter está localizado próximo a outras atrações do parque da *Universal Studios*, onde o visitante deve passar por uma entrada específica do parque para entrar no *Wizarding World*.

Se o visitante está vindo pelo Beco Diagonal e viaja pelo trem, ele irá desembarcar em Hogsmeade, o único vilarejo completamente bruxo da Grã Bretanha na história da saga³⁷. Hogwarts fica próxima a essa aldeia, e realiza passeios com os alunos durante os anos letivos. Nesta parte do parque, há atrações muito disputadas pelos visitantes, como a Montanha Russa do Hagrid já comentada acima, e o castelo de Hogwarts onde os fãs podem vivenciar uma simulação em 3D de algumas cenas dos filmes, como participar de um jogo de quadribol, com efeitos bem realistas e que tornam a experiência envolvente e emocionante.

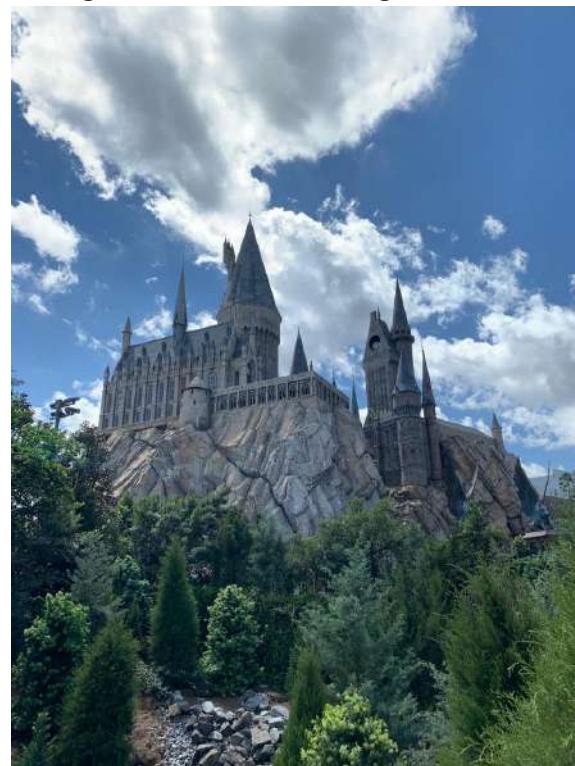
Ainda na vila de Hogsmead é possível observar as casinhas típicas dos filmes com neve fictícia, simulando o frio intenso da Inglaterra, assim como também algumas das lojas e estabelecimentos apresentados na história, como o bar Três Vassouras, além de contar com o show de apresentação das outras duas escolas de bruxos que foram apresentadas no filme Harry Potter e o Cálice de Fogo³⁸, *Beauxbatons e Durmstrang*, durante o torneio tribruxo.

Figura 33 - Bar Três Vassouras



Fonte: acervo próprio, 2023

Figura 34 - Castelo de Hogwarts



Fonte: acervo próprio, 2023

³⁷ Harry Potter Wiki: *Hogsmeade*. In: Harry Potter Fandom, 2022. Disponível em: <https://harrypotter.fandom.com/pt-br/wiki/Hogsmeade>. Acesso em: 25 out. 2022.

³⁸ Harry Potter e o Cálice de Fogo. Direção: Mike Newell. Roteiro: Steve Kloves, baseado na obra de J K Rowling. Inglaterra, 2006.

Nos passeios, como as filas tendem a ser muito extensas, antes de chegar na atração principal, geralmente os arredores da fila já têm algo interativo para os fãs, como na espera por andar na montanha russa do Hagrid, onde os visitantes podem observar que as fotografias, sejam de jornais ou quadros, também se mexem, assim como nos filmes, pois dentro do universo bruxo, as fotografias e os quadros possuem vida, eles se mexem e conversam com as pessoas que os observam. Na atração do castelo de Hogwarts, os visitantes podem conferir as estufas utilizadas nas aulas de Herbologia, o escritório de Dumbledore, entre outros.

No Beco Diagonal, a grande imersão no universo mágico de Harry Potter não é diferente, há algumas das lojas famosas dos filmes, como a loja das corujas onde Hagrid comprou a de Harry e lhe deu de presente de aniversário no primeiro filme, a sua grande companheira Edwiges, ou então a loja de varinhas do senhor Olivares, onde todos os alunos de Hogwarts compram as suas, e palco de uma grande cena para a história dos filmes, onde Harry é escolhido por sua varinha, que curiosamente é a irmã gêmea da varinha de Voldemort, seu maior inimigo e quem lhe causou a famosa cicatriz em sua testa. O mais interessante sobre a experiência na loja do senhor Olivares, é que além de poder comprar as varinhas de seus personagens favoritos, que é possível em diversas outras lojas espalhadas pelo parque e pelo mundo, o visitante consegue também ter a mesma experiência desses personagens e escolher, ou melhor, ser escolhido, por um varinha própria, assim como é feito nos filmes, com toda a cerimônia de escolha, sendo a varinha de acordo com a sua personalidade e o que o visitante gostaria de ter em seu artefato mais precioso como um bruxo. Essa cerimônia infelizmente não é possível para todos os visitantes, pois demanda um certo tempo e a quantidade de pessoas por dia no parque é muito alta, portanto, apenas uma pessoa por grupo de visitantes no momento na loja é escolhida para participar.

Figura 35 - Escolha da varinha na loja do senhor Olivares

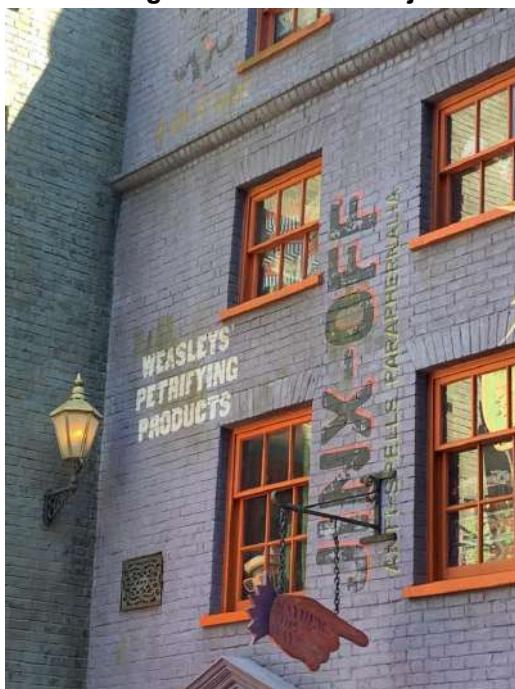


Fonte: Google, em 18 de junho de 2022

(https://www.google.com/search?sxsrf=APwXEdcdde3Ts4TZAsKIndEapmUabpxKSg:1687108567684&q=Escolha+da+varinha+na+loja+do+senhor+Olivares+universal&tbo=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj3gf-Wqc3_AhVgJLkGHbTFDdkQ0pQJegQIDBAB&biw=1536&bih=746&dpr=1.25#imgrc=FDDYs1_GxGxWKM).

O parque também traz uma fiel reprodução de outro local muito importante para a saga, a loja Gemialidades Weasley, onde o visitante consegue comprar as mercadorias vendidas nos filmes, com a ausência da parte mágica, é claro.

Figura 36 - Muro da Loja



Fonte: Acervo próprio, 2023

Figura 37 - Loja Gemialidades Weasley



Fonte: Acervo próprio, 2023

Há também o Banco Gringotes, que possui uma simulação em 3D, encenando uma clássica cena do último filme, Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 2³⁹, a fuga de Gringotes, onde Harry, Rony e Hermione invadem o cofre de Bellatrix para recuperar e destruir uma das *horcruxes* de Voldemort e precisam passar por toda a segurança do banco, incluindo feitiços poderosos e um dragão. Nesta atração, os visitantes passam pelo banco e pelas mesmas aventuras vividas nesta cena do filme, com algumas modificações, pois há hologramas dos personagens passando em volta, fazendo com que se sintam imersos na cena. Essa atração envolve muita adrenalina e surpresas enquanto os visitantes estão andando em um carrinho e observando a simulação em 3D dos acontecimentos no banco, sendo uma atração divertida, interativa e muito imersiva. Ao longo do dia, foi observado que essa era uma das atrações mais cheias do parque, sempre com um tempo de espera longo, pois realmente é uma atração que vale muito a pena tanto pelo divertimento quanto pelas referências da saga.

Figura 38 - Banco Gringotes no Beco Diagonal



Fonte: Acervo próprio, 2023

³⁹ Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 2. Direção: David Yates. Roteiro: Steve Kloves, baseado na obra de J K Rowling. Inglaterra, 2011.

Mas não é só da parte boa do mundo mágico que o parque mostra, pois no Beco Diagonal, a área do *Knockturn Alley*, traduzido como Travessa do Tranco em português, famosa pela relação com a arte das trevas, principalmente com a família Malfoy, também está presente e com muitas referências aos filmes, como a loja *Borgin and Burkes*, muito importante para o desenvolvimento do final da história. Essa área também é bem fiel ao que se passa nos filmes, uma parte mais sombria do Beco Diagonal, onde não é bom ser visto sozinho, ou podem pensar que estão em busca de algo suspeito, como Hagrid diz a Harry, quando ele vai parar acidentalmente nesse lugar.

Figura 39 - Knockturn Alley



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(

Outra experiência interessante que os fãs podem vivenciar no parque, é a de mandar cartas pelo *Owl Post*, o correio de Hogwarts. Nele, você pode enviar uma carta real para alguém com um selo especial de *Hogsmeade*, o que se torna uma bela lembrança da aventura vivida ali, além da experiência em si.

Há também diversas apresentações musicais pelo parque como o *Hogwarts Frog Choir*, em *Hogsmeade*, presente nos filmes; o *Triwizard Spirit Rally*, o famoso

desfile das três escolas participantes do torneio tribuxo, também em *Hogsmeade*, conforme citado anteriormente; *The Tales of Beedle the Bard*, no Beco Diagonal, retratando histórias muito importantes para a finalização da saga; e o show de *Celestina Warbeck and the Banshees*, uma cantora do mundo bruxo muito famosa e citada nos filmes.

Toda essa imersão no mundo mágico de Harry Potter faz com que os visitantes se sintam bruxos de verdade, a caminho de suas respectivas casas de Hogwarts, comprando os seus materiais mágicos escolares, escolhendo e sendo escolhidos por suas varinhas, enviando cartas através de corujas, utilizando as suas varinhas para levitar objetos, comendo os doces peculiares como os feijõezinhos de todos os sabores, o sapo de chocolate, a cerveja amanteigada, e é claro, andando no mais famoso trem desse universo mágico, o expresso de Hogwarts. Tudo pensado com muito carinho e dedicação para esses fãs que são tão fiéis que viajam muitas vezes de tão longe, com a certeza de que não serão decepcionados, assim como eu.

Particularmente, a minha atração favorita do parque foi a do castelo de Hogwarts, pois poder entrar naquele lugar que já sonhei tanto e que fez parte de grandes momentos da minha vida foi realmente muito emocionante. A atração foi, além de comovente, muito divertida. Poder me sentir dentro de um jogo de quadribol, “voar” na vassoura, desviar das bolas estranhas desse universo mágico, e olhar para o lado e ver que todo mundo está assim também, estonteante. Estar inserido em um universo que significa tanto para você, cercado de pessoas que sentem o mesmo e se identificam com essa emoção, é uma experiência inexplicavelmente extraordinária.

5. PROTEGO! ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO

“O que importa é o grau de comprometimento envolvido numa causa, e não o número de seguidores!” J.K. Rowling.

Figura 40 - Varinhas levantadas



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(

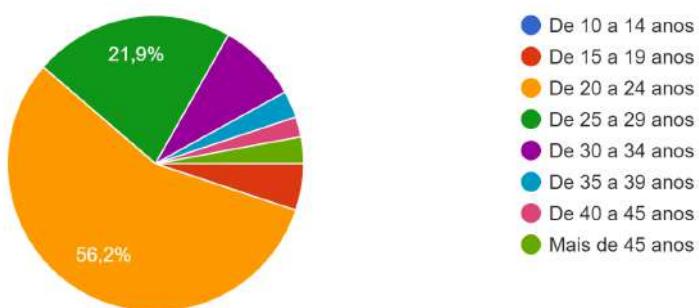
Conforme mencionado no tópico 1.3 de procedimentos metodológicos, foi elaborado um questionário através da plataforma *Google forms*, aplicado de maneira totalmente online. No total foram 17 perguntas, divididas em 3 seções, sendo a primeira sobre o perfil do respondente, a segunda para entender a motivação de viagens através dos filmes e séries da cultura pop, e a terceira especificamente sobre a saga Harry Potter. O questionário obteve 137 respostas.

Abaixo foi feita uma análise das perguntas e respostas para entender um pouco mais sobre como o turismo cinematográfico é visto e o quanto o amor por filmes e séries do mundo pop pode motivar a estreitar os laços dessa relação.

5.1. Seção 1 - Perfil dos respondentes:

Gráfico 1 - Quantos anos você tem?

Quantos anos você tem?
137 respostas

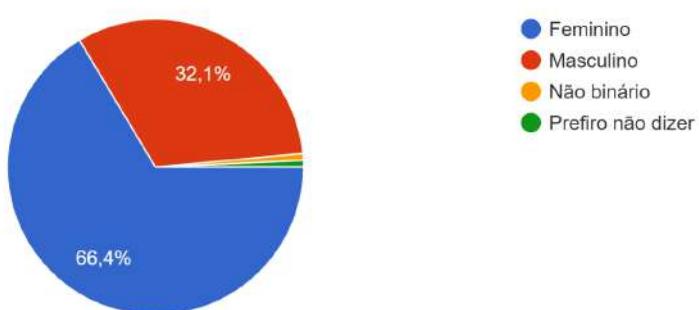


Fonte: Elaboração própria, 2023.

Através do gráfico acima, pode-se concluir que a faixa etária predominante dos respondentes da pesquisa está entre 20 e 24 anos, com 56,2% das respostas, seguido de 25 a 29 anos, com 21,9%. Além dessas respostas, houve também 8,8% para a faixa etária de 30 a 34 anos, 5,1% de 15 a 19 anos, 2,9% para 35 a 39 anos, 2,9% novamente para mais de 45 anos, e 2,2 % para 40 a 45 anos. Esses resultados podem ser relacionados com os da pesquisa realizada pelo site Omelete, citada no tópico 3 deste trabalho, pois a faixa etária mais respondida estava bem próxima, sendo o perfil predominante pessoas de até 34 anos.

Gráfico 2 - Com qual gênero você se identifica?

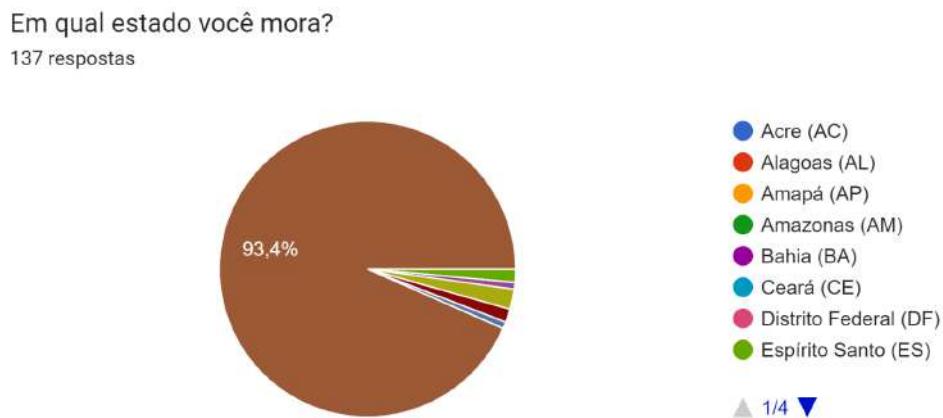
Com qual gênero você se identifica?
137 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Já a respeito do gênero, o mais predominante nas respostas foi o feminino, com 66,4%, seguido pelo masculino, com 32,1%. Ressaltando que houve ainda uma resposta para “prefiro não dizer” e uma para “não binário”.

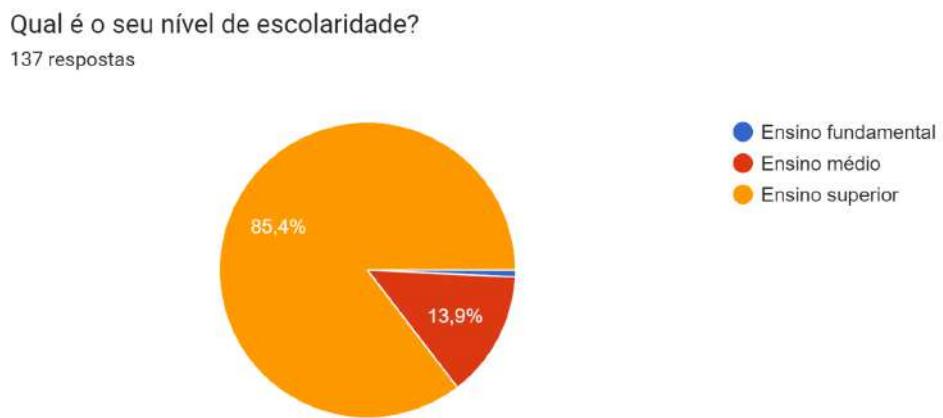
Gráfico 3 - Em qual estado você mora?



Fonte: Elaboração própria, 2023.

O estado com mais respostas foi São Paulo, com uma grande predominância de 93,4%, seguido de Minas Gerais, com 2,2%. Além desses estados, Paraná e Espírito Santo também apareceram, com 1,5% cada, assim como Rio de Janeiro e Mato Grosso, com 0,7% cada.

Gráfico 4 - Qual é o seu nível de escolaridade?



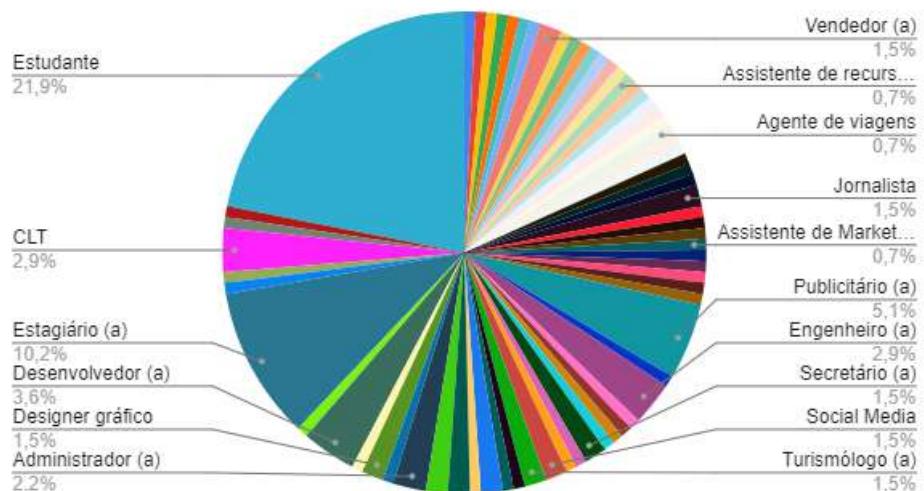
Fonte: Elaboração própria, 2023.

O nível de escolaridade mais respondido foi o ensino superior, com

85,4% das respostas, seguido pelo ensino médio, com 13,9%, e o ensino fundamental com apenas 0,7%.

Gráfico 5 - Qual é a sua ocupação?

Qual é a sua ocupação?



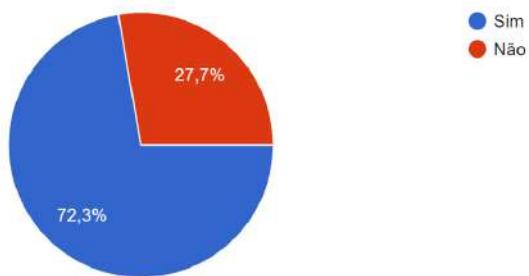
Fonte: Elaboração própria, 2023.

No gráfico acima, pode-se perceber que houve uma grande variedade nas ocupações dos respondentes do questionário. A grande predominância foi estudante, com 21,9% das respostas, seguido por estagiário (a), com 10,2%. Mas houve ainda citações para: publicitário (a), com 5,1%; desenvolvedor (a), com 3,6%; engenheiro (a) e trabalhador (a) CLT, ambos com 2,9 % cada; administrador (a), com 2,2%; turismólogo (a), designer gráfico, social media, secretário (a), jornalista e vendedor (a), todos com 1,5% cada; assistente de marketing, agente de viagens e assistente de recursos humanos, todos com 0,7% cada; entre outras ocupações citadas.

5.2. Seção 2 - Motivação de viagem através dos filmes e séries da cultura pop:

Gráfico 6 - Você já ouviu falar no segmento do Turismo Cinematográfico?

Você já ouviu falar no segmento do “Turismo cinematográfico”?
137 respostas

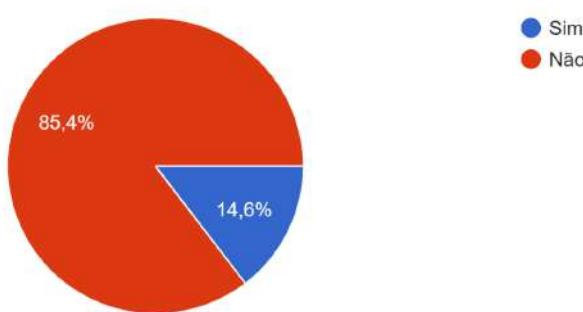


Fonte: Elaboração própria, 2023.

A partir dessa pergunta, percebe-se que a maioria dos respondentes já ouviram ao menos falar do segmento do “Turismo Cinematográfico”, com 72,3% de respostas para “sim”, e 27,7% de respostas para “não”. Esse apontamento pode ser positivo para o andamento do questionário, pois, desta forma, mostra que o segmento pode estar cada vez mais em crescimento e, com isso, atinge mais pessoas para praticar a atividade.

Gráfico 7 - Você já fez alguma viagem motivada por um filme/série/novela?

Você já fez alguma viagem motivada por um filme/série/novela?
137 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2023.

85,4% dos respondentes alegaram nunca terem praticado o turismo cinematográfico, e apenas 14,6% responderam que já haviam praticado. O que mostra que, apesar de alguns terem conhecimento do segmento, não chegaram a praticar a atividade.

Após o questionamento a respeito de alguma viagem realizada que tenha sido motivada por algum filme, série ou novela, a pergunta seguinte buscava entender os locais visitados daqueles que responderam positivamente. A pergunta foi: “Se sim, para onde foi e como foi essa experiência?”. Como havia mais de uma pergunta na mesma, para analisá-las foi preciso olhar para cada tipo de resposta, e a partir disso foram selecionados três tipos: local visitado, o que ele representava no mundo cinematográfico e o sentimento que essa experiência despertou. Para que as respostas fossem representadas de forma mais organizada, foram montadas nuvens de palavras com os três tipos, apresentadas abaixo:

Figura 41 - Nuvem de palavras sobre local visitado



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Conforme é possível observar na nuvem de palavras acima, os locais mais visitados com o intuito do turismo cinematográfico foram: Nova York, Londres, Universal Studios, Malta, Dubrovnik, Los Angeles, Paraty, Roma, Paris, Lyon, Estados Unidos, Escócia, Orlando, Inglaterra, Brasil, Salta, Liberdade, Marrocos, Washington DC, Birmingham e Sevilla. Os quatro lugares de destaque foram: Nova York que, por ser uma cidade de grande importância mundial e muito famosa, já esteve presente em diversas produções, gerando uma diversidade nas possibilidades de roteiros relacionados a filmes, conforme será mostrado abaixo; Orlando, com a opção da Universal Studios, com o principal objetivo de visitar o

parque temático da saga Harry Potter, e os parques Disney; Malta e Dubrovnik, para ver locais de gravações da série *Game of Thrones*; e Londres que, assim como Nova York, também estava presente em diversos filmes, resultando em muitas opções de roteiros.

Figura 42 - Nuvem de palavras sobre a representação dos locais no mundo cinematográfico:



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Nesta seção, os entrevistados comentaram um pouco sobre os locais que já visitaram relacionados a alguma produção cinematográfica, como: Game of Thrones, Star Wars, Uma noite no Museu, Harry Potter, Homem Aranha, Encantada, King Kong, Relatos selvagens, Notting Hill, Amanhecer, Museu do cinema, Terra de Tolkien, museus do Smithsonian, entre outros, todos localizados nos locais citados na figura 41.

Figura 43 - Nuvem de palavras sobre os sentimentos que essa experiência despertou



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Em relação aos sentimentos que essas experiências despertaram nos respondentes, todos foram muito positivos, e a resposta mais vista foi que a viagem proporcionou “uma experiência incrível”. Além do conteúdo mostrado nas nuvens de palavras, algumas respostas também tiveram comentários a respeito da experiência, e alguns dos mais impactantes foram: “Ir para a Disney foi como ter um pouco da realidade dos filmes, imergir em um universo que até então parecia tão distante”; “eu aproveitei muito, tirei várias fotos e adorei a experiência! É sensacional presenciar cenas das nossas produções favoritas”; “é muito legal ir ao lugar que você vê na TV e poder sentir um pouco como se estivesse naquele filme/série”; “foi maravilhoso poder ver os cenários de várias séries das quais sou fã”; “foi uma experiência muito boa por conta da expectativa”; “foram experiências incríveis. Além da bagagem cultural de cada destino, os roteiros cinematográficos causam uma emoção singular”.

Gráfico 8 - Qual é a sua principal motivação para planejar uma viagem?

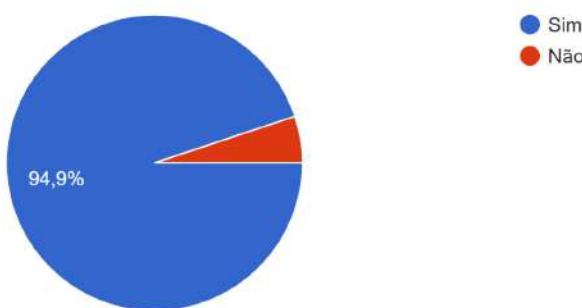


Fonte: Elaboração própria, 2023.

Esta pergunta teve o intuito de entender melhor qual é a principal motivação dos respondentes para planejar uma viagem, para então relacionar com as motivações do turismo cinematográfico, que engloba predominantemente o lazer. Visto isso, 96,4% das pessoas responderam que o lazer é o que mais as motiva a planejar uma viagem, seguido das outras motivações, negócios, estudo, saúde, cultura do local e shows, com apenas uma resposta cada (0,7%).

Gráfico 9 - Você curte filmes e séries da cultura pop?

Você curte filmes e séries da cultura pop? (Star wars, Harry Potter, Senhor dos anéis, Game of thrones, Stranger things, etc)
137 respostas

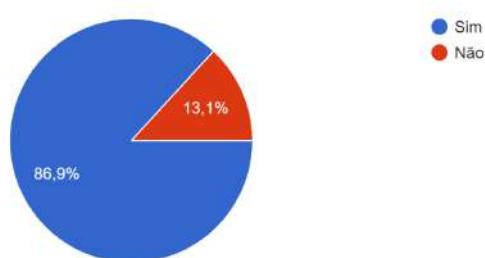


Fonte: Elaboração própria, 2023.

Esta pergunta buscava entender se o perfil dos respondentes se encaixaria na pesquisa, e saber se filmes e séries da cultura pop faziam parte do seu cotidiano. A resposta foi positiva, com 94,9% para sim, e apenas 5,1% para não.

Gráfico 10 - Uma viagem com o único intuito de visitar um local em que alguma série ou filme que você gosta foi gravado, levando em conta os gastos, valeria a pena para você?

Uma viagem com o único intuito de visitar um local em que alguma série ou filme que você gosta foi gravado, levando em conta os gastos, valeria a pena para você?
137 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2023.

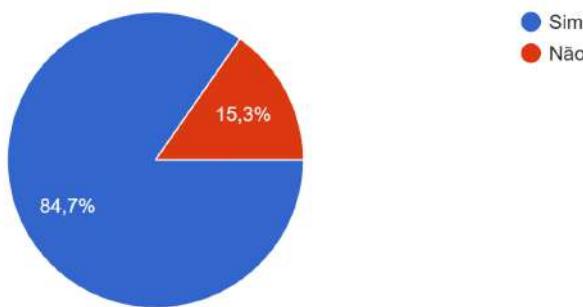
Foi importante entender se para os entrevistados valeria a pena, considerando os gastos, realizar uma viagem com o único intuito de conhecer algum local de gravação de um filme ou uma série com importância para si, para entender a relevância do turismo cinematográfico no planejamento de viagens dos respondentes. A partir disso, 89,9% responderam que sim, enquanto que 15,3% responderam que não. Aqui é possível notar o potencial do cineturismo, pois, mesmo ao considerar os gastos da viagem, ao estar relacionado com algum filme ou série que gostam, valeria a pena a realização dessa aventura para a grande maioria dos respondentes.

5.3. Seção 3 - Harry Potter:

Gráfico 11 - Você gosta da saga de filmes e livros de Harry Potter?

Você gosta da saga de filmes e livros de Harry Potter?

137 respostas



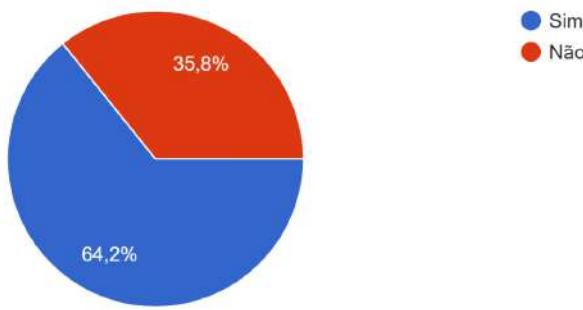
Fonte: Elaboração própria, 2023.

Essa foi mais uma pergunta para buscar encaixar o perfil com o intuito da pesquisa, de forma a entender se os participantes gostavam da saga de filmes e livros de Harry Potter. 84,7% responderam positivamente, e apenas 15,3% responderam que não gostavam da saga.

Gráfico 12 - Você já cogitou viajar para outros países, como Reino Unido e Estados Unidos, para visitar parques e estúdios de gravação da saga Harry Potter?

Você já cogitou viajar para outros países, como Reino Unido e Estados Unidos, para visitar parques e estúdios de gravação da saga Harry Potter?

137 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Essa pergunta buscou afunilar o perfil ainda mais, com o intuito de entender se os fãs visitariam os locais apresentados neste trabalho, o parque *Wizarding World of Harry Potter*, nos Estados Unidos, e os estúdios de gravação dos filmes, na Inglaterra. Para essa questão, as respostas foram um pouco diferentes, pois apenas 64,2% responderam afirmativamente, e 35,8% responderam de forma negativa, mostrando que nem todas as pessoas já cogitaram visitar os locais, mesmo gostando da saga.

Após esse questionamento, para os fãs que responderam que já cogitaram visitar os locais, foi questionado também, na pergunta seguinte, o que esperariam viver em lugares como esse, para posteriormente comparar com alguns relatos de quem de fato já visitou e o que o local realmente oferece de experiência aos fãs, para entender se essa expectativa poderia ser atendida. Dentre as respostas para o que os fãs esperam viver em lugares como esse, destacam-se: “Saber como as cenas foram gravadas, produção etc”; “sentir que estou no universo do filme”; “ter uma experiência única e diferente”; “tirar muitas fotos, sentir o que os atores sentiram naquele lugar e me sentir dentro dos livros”; “ter uma experiência que eu nunca esqueceria”; “um pouquinho da magia que aparece nos filmes”; “sentir a emoção de como seria estar dentro dos filmes da saga”; “uma experiência incomparável!!”; “que eu viva intensamente uma experiência pra guardar pro resto da vida”; “um cenário que vale a pena, o mais parecido com o original”; “esperaria viver um momento único e memorável”; “uma experiência imersiva que pudesse

passar a sensação de estar realmente inserido no universo, desde as construções até os personagens e gastronomia”; “viver um pouco da magia que é passada nos filmes, relembrar a infância e conhecer os bastidores de como é feito uma produção tão grande”; “a emoção de estar em lugares que vimos através de uma tela, acredito que o fato de gostar da história me faria sentir conexão com o local”; “esperaria me sentir imersa no Universo HP! Seria um sonho incrível!”; “viver o ambiente como se fosse um personagem do filme”; “o encanto e magia das telas só que na vida real”; “Uma imersão que me tirasse do mundo real”; “Uma imersão no universo que eu cresci assistindo, e sempre me senti parte”; “é complexo explicar as expectativas”.

Abaixo foi elaborada uma nuvem de palavras com algumas das que foram mais citadas sobre o que os respondentes mais esperariam viver em lugares relacionados a saga Harry Potter, e a que mais se destacou foi “entrar no universo do filme”, seguido por “imersão”, “bastidores da produção”, “magia” e “gastronomia”.

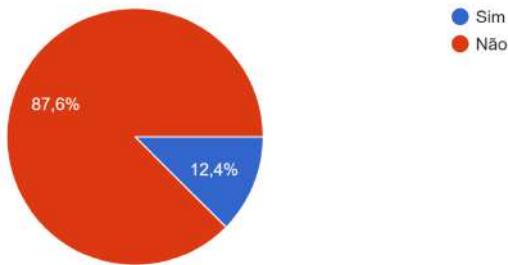
Figura 44 - Nuvem de palavras sobre o que se espera viver em lugares como esse



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Gráfico 13 - Você já visitou os estúdios de gravação de Harry Potter (Inglaterra) ou o parque *Wizarding World* (Estados Unidos)?

Você já visitou os estúdios de gravação de Harry Potter (Londres) ou o parque Wizarding World (Estados Unidos)?
137 respostas



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Essa já foi uma pergunta mais direta, para entender qual a porcentagem dos entrevistados que já haviam realizado alguma das duas viagens temáticas de Harry Potter citadas ao longo do trabalho, o parque em Orlando e o estúdio em Leavesden. Apenas 12,4% já foram em uma das atrações, e 87,6%, a grande maioria, nunca visitou nenhum dos dois.

Após entender qual a porcentagem dos respondentes que já visitou os locais apresentados nesta pesquisa, buscou-se entender para qual destino foram, como foi essa experiência e se as expectativas foram supridas. Das dezessete pessoas que responderam afirmativamente na pergunta anterior, alegando que já haviam visitado algum dos dois lugares relacionados a Harry Potter, apenas quinze delas responderam a esta pergunta, relatando para qual lugar foi e como foi a experiência, pois esta não era obrigatória. Das quinze respostas, uma delas mencionou apenas a experiência, sem especificar o local visitado. Treze delas relataram terem ido ao parque *Wizarding World of Harry Potter*, em Orlando, nos Estados Unidos, e apenas uma relatou ter visitado os estúdios de gravação na Inglaterra.

Dentre as respostas a respeito da experiência vivida, pode-se perceber que se interligam com as experiências esperadas, ilustradas na figura 44, pois a maioria relata ter se sentido dentro dos filmes, imersos no universo, transportados para outra dimensão, realmente vivendo uma aventura mágica, conforme os destaques a seguir: “visitei o parque nos Estados Unidos há uns 7 anos, foi uma experiência incrível, me senti dentro do universo, especialmente nos brinquedos”; “fui para *Wizarding World*, nos Estados Unidos! Eles pegam cada detalhe para tornar pra

pessoa a melhor experiência possível, realmente vale a pena!"; "foi além do que eu esperava, o espaço além de visualmente te transportar pro universo de Harry Potter, também interage com você, deixando a experiência mais imersiva ainda. É a materialização do que sabia dos livros e filmes"; "super superou minhas expectativas, uma experiência imersiva que te faz se sentir dentro do filme"; "fui para o *Wizarding World*, mas porque visitei outros parques nos EUA. A experiência foi excepcional, como também nos outros parques"; "visitei o *Wizarding World* e minha experiência foi muito interessante. Fiquei muito satisfeita com o detalhamento da ambientação para se parecer o máximo possível com os livros/filmes"; "*Wizarding World*, eu não fui para visitar exclusivamente o parque, mas foi bem legal, interessante e realista. Tive a oportunidade de voltar alguns anos depois e mesmo assim fiquei impressionada positivamente"; "eles conseguem nos transportar para outra dimensão"; "fui ao parque do Harry Potter na *Universal*. Foi muito legal e extremamente parecido com o que existe nos filmes. Me senti realmente dentro do filme do Harry Potter"; "conheci o parque *Wizarding World* em 2018. Sim, atendeu as expectativas, sendo fiel aos livros e filmes mas ficou a desejar a quantidade de pessoas para os brinquedos, filas de mais de três horas, preços. Eu tinha somente um dia para conhecer o parque e não consegui ver nem metade..."; "fui para o *Wizarding World* em Orlando. Superou minhas expectativas, o parque estava recém-inaugurado e não existia o estúdio da Warner em Londres ainda. Sendo assim, era um dos únicos espaços "reais" inspirados em HP, então tive a sensação de viver algo exclusivo, único"; "foi muito legal! Muito parecido com os filmes!"; "sim foi tudo incrível e lindo"; "Londres, foi uma experiência muito legal. Superou as expectativas. Para além dos cenários e outros itens, foi possível degustar alimentos da saga, como a cerveja amanteigada e os doces dos gêmeos. Muito similar a experiência de assistir ou ler a saga".

6. *FINITE INCANTATEM! CONSIDERAÇÕES FINAIS*

“Porque nos sonhos entramos num mundo inteiramente nosso. Deixe que mergulhe no mais profundo oceano ou flutue na mais alta nuvem.” J.K Rowling.

Figura 45 - Foto promocional de Harry Potter e as Relíquias da Morte: parte 2



Fonte: Google, em 20 de junho de 2023

(

O objetivo deste trabalho foi de entender o turismo cinematográfico como um segmento do turismo, que incentiva o viajante a visitar um local tendo como principal motivação conhecer lugares relacionados a filmes, séries, ou outras produções cinematográficas, com o intuito de descrever esse fenômeno e trazer exemplos concretos de locais sobre filmes que obtiveram sucesso ao serem expostos aos turistas e fãs dessa produção. Esse objetivo foi concluído através da metodologia utilizada para este fim. A bibliografia consultada foi bastante esclarecedora para entender o conceito do segmento e explorar ideias de autores renomados no assunto. Assim como a entrevista realizada para este trabalho com Daniel Celli, que

serviu como um pontapé inicial para entender a atividade cinematográfica utilizada em um determinado destino e como isso afeta o funcionamento da cidade, assim como a sua relação com a atividade turística.

O questionário submetido aos fãs da saga Harry Potter trouxe essa relação entre o desejo do fã de consumir produtos associados ao universo da saga e o turismo, e trouxe como resultado uma forte ligação entre os filmes e a vontade de viver as aventuras mágicas mostradas nas histórias, com a emoção de estar mesmo dentro dos filmes e explorando um universo que antes era possível apenas em sua imaginação ou nas telas do cinema, visto que ao serem questionados a respeito do que esperariam viver em locais como esse, a maior parte das respostas foi “viver como se estivesse dentro dos filmes”, ou seja, para os que já haviam visitado os locais apresentados no trabalho, seria uma experiência única e igual a das telas.

Ter tido a oportunidade de visitar pessoalmente o parque *Wizarding World of Harry Potter* em 2023, foi muito importante para o melhor desenvolvimento da pesquisa, pois, como fã da saga, pude vivenciar as experiências descritas ao longo do trabalho, de forma a observar detalhes que fazem a diferença em uma experiência turística, tanto com um olhar de uma estudante de turismo, como também com a visão de uma fã desfrutando de momentos incríveis. Realmente me senti dentro dos filmes, andando no Expresso Hogwarts, na plataforma 9 ¾, visitando a escola de magia e bruxaria de Harry, jogando quadribol, observando as aulas do professor Hagrid, andando pelas ruas de Hogsmeade enquanto tomo uma cerveja amanteigada no bar Três Vassouras, ou um sorvete na sorveteria *Florean Fortescue's ice-cream parlour*, após escolher a minha varinha no Beco Diagonal e comprar um sapo de chocolate, ou uma caixinha de feijõezinhos de todos os sabores na Dedos de Mel. Em suma, uma experiência que valeu todo o meu investimento em dinheiro e tempo, e que com toda certeza eu viveria novamente.

A cultura pop tem uma indústria muito consolidada no meio cinematográfico e no consumo, como os produtos criados para fins de *merchandising*, que já instala um desejo de consumo forte nos fãs, por esse motivo, o cineturismo pode ser visto como uma modalidade lastreada na cultura pop, que já vem com uma forte inspiração nas diversas formas de lazer e consumo das pessoas. A cultura pop, incrementada por ações mercadológicas, tem grande potencial para beneficiar o turismo, conforme apresentado no tópico 2.2, onde foi possível evidenciar a forte relação entre o cineturismo e o *marketing* de lugares, onde muitas vezes a própria

prefeitura do local paga valores altos para a divulgação própria como um potencial para destino turístico, assim como também o *merchandising*, que pode ser feito não apenas com produtos ligados ao filme, mas também com subprodutos turísticos que possibilitam aos fãs vivenciarem cenas dessa produção, como os dois exemplos utilizados como estudo de caso nesta pesquisa, o estúdio de gravação e o parque temático da saga Harry Potter.

Pude observar e concordar com a colocação de Alves (2020) ao citar que um dos grandes fatores atraentes do cinema é transformar o telespectador em uma espécie de turista virtual, onde ele consegue vivenciar tudo aquilo que os personagens da história estão vivendo naquele momento, o que faz com que a ideia do turismo cinematográfica seja muito bem recebida pelos amantes do cinema, pois dessa forma está sendo proposto ao telespectador que ele viva fora do seu imaginário tudo o que ele está vivendo virtualmente ao assistir esse filme. Uma proposta irrecusável a turistas que estão buscando cada vez mais um turismo de experiência mais intensa, seja em um simulacro ou na realidade (NASCIMENTO, 2009).

Foi interessante observar que, assim como os estudos sobre o tema ainda são escassos, a parte da questão profissional sobre o segmento também é, pois não foram encontradas evidências de que há uma estrutura específica para os profissionais do turismo que queiram se especializar neste segmento, como é mais visto em outros segmentos mais consolidados. Isso seria interessante também para que os problemas encontrados, como o grande congestionamento de pessoas em lugares ligados a essa atividade, sejam amenizados de forma a serem pensados com soluções específicas para este segmento.

Foi possível observar também que, conhecendo ou não o segmento, o maior desejo dos fãs ao se depararem com uma proposta de turismo relacionado a algum filme ou série que goste muito é se sentir dentro dessa produção, viver como um personagem, ter uma experiência única, incrível e inesquecível, algo que traga nostalgia, emoção e imersão em um mundo mágico, pois, mesmo que o filme ou a série não explore emoções, fantasias e imaginário, ainda propicia uma experiência única para qualquer fã vivenciar as aventuras de seus personagens favoritos, valendo a pena viajar para outros países, mesmo considerando os grandes gastos, apenas para vivenciá-las. Esse nível de envolvimento emocional com a saga, é vivenciado nos locais em que ocorrem a gravação dos filmes, ou apenas na

representação desses locais, como os estúdios e os parques temáticos, o que torna o turismo cinematográfico um segmento que engloba um empreendimento de sensações intensas e personalizadas.

Com isso, pode-se observar que o cineturismo está em desenvolvimento, e por este motivo ainda não é muito conhecido pelo público. É um segmento com um grande potencial, e por isso deve ser acompanhado com cuidado para que não se torne um turismo de planejamento falho, em que a demanda excessiva seja prejudicial, não apenas para a região, com a demanda fugindo do controle, mas também para que não impacte na experiência do visitante, visto que longas filas e pouco proveito foram mencionados no questionário deste trabalho por quem visitou os atrativos tematizados, caso do parque *Wizarding World of Harry Potter*.

7. EXPECTO PATRONUM! REFERÊNCIAS⁴⁰

“Não são nossas atitudes que mostram quem realmente somos; são nossas escolhas.” J. K. Rowling

Figura 46- Personagem Luna lançando o feitiço de *Expecto Patronum*



Fonte: Google, em 18 de junho de 2023

(https://www.google.com/search?q=expecto+patronum+luna&tbo=isch&ved=2ahUKEwj_mfCa783_AhXIDdQKHfbzA2cQ2-cCegQIAAA&oq=expecto+patronum+luna&gs_lcp=CgNpbWcQAzIHCAAQExCABDIGCAAQHhATMggIABAIEB4QEzoECCMQJzoFCAAQgAQ6BwgAEIoFEEM6CAgAEAUQHhATUNsFWPgJYMYLaABwAHgAgAGBAYgB2QWSAQMwLjaYACgAQGqAQtn3Mtd2I6LWltZ8ABAQ&scilent=img&ei=RoWPZP_eEuWb0Ab254-4Bg&bih=746&biw=1536#imgrc=aK-9owgTKG70cM)

20 anos desde o primeiro filme, saga Harry Potter voltará aos cinemas. *In:* Exibidor, 4 nov. 2021. Disponível em:

[ALVES, Joana Miguel Lourenço. Turismo Cinematográfico: A influência do cinema e das séries no desenvolvimento dos destinos e atrações turísticas. Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, novembro de 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.14/33080>. Acesso em: 6 abr. 2022.](https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/12312-20-anos-desde-o-primeiro-filme-saga-harry-potter-voltara-aos-cinemas#:~:text=Sozinho%20%20longa%20fez%20arrecada%C3%A7%C3%A3o,t%C3%A3o%20rentosos%20quanto%20%20primeiro. Acesso em: 8 set. 2022</p>
</div>
<div data-bbox=)

AMARAL, Thiago. Cenários de Star Wars para visitar pelo mundo. *In:* Fui Ser Viajante, 20 jul. 2021. Disponível em:

<https://www.fuiserviajante.com/nerd-geek/eríodic-de-star-wars/#:~:text=Provavelmente%20um%20dos%20cen%C3%A1rios%20de,e%20adolesc%C3%Aancia%2C%20n>

⁴⁰ De acordo com a ABNT NBR 6023 2018

o%20planeta%20Tatooine. Acesso em: 26 out. 2022.

José d'Assunção Barros, «Cinema e história – as funções do cinema como agente, fonte e representação da história», *Ler História*, 52 | 2007, 127-159.

CAMPBELL, Joseph. *O Herói de Mil Faces*. São Paulo: Pensamento, 1949.

CARDOSO, Lucília et al . *Film-induced tourism: a systematic literature review*. TMStudies, Faro , v. 13, n. 3, p. 23-30, set. 2017 . Disponível em http://scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582017000300003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 23 nov. 2021.

CASTRO, Mariana Dinelly de; PEREIRA, Alber Pascoal; LUÍNDIA, Luiza Elayne Azevedo. Cinema como ferramenta de ensino: entretenimento e fruição, por um cinema inteligente. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 3 jun. 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2011/resumos/r26-0055-1.pdf>. Acesso em: 13 maio 2023.

Celli, Daniel. Entrevista concedida a Thaila Padilha. São Paulo, 11 jan. 2022.

COSTA, Marcos André de Menezes. As possibilidades de implementação do turismo cinematográfico em Belém do Pará. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10 jun. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/8717/6961>. Acesso em: 26 maio 2021.

EURILIO, Lucas. Fim de novela: Artesãos do Jalapão qual impacto na comunidade. 10 maio de 2018. Disponível em: <https://gazetadocerrado.com.br/fim-de-novela-artesaos-do-jalapao-avaliam-qual-impacto-na-comunidade/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

EZABELLA, Fernanda. Fã de Harry Potter leva baforadas de dragão em parque na Califórnia: Visitante pode comprar varinhas mágicas no parque da Universal Studios, em Los Angeles. *In: Folha Uol*, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2019/06/fa-de-harry-potter-leva-baforadas-de-dragao-em-parque-na-california.shtml>. Acesso em: 11 maio 2023.

Filmes que fizeram mais dinheiro em *merchandising* do que na Bilheteira. *In: Mundo de Cinema*. [S. I.], 27 jul. 2021. Disponível em: <https://mundodecinema.com/dinheiro-em-merchandising-filmes/>. Acesso em: 18 abr. 2023.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4^a edição. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de pesquisa social*. 6^a edição. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Christianne Luce; CAMPOS, João Lucas de Almeida e PEREIRA, Joyce Kimarce do Carmo. Tessituras das paisagens mineiras no programa Filme em Minas: Desafios para o turismo cinematográfico. *Turismo: Visão e Ação [online]*. 2021, v. 23, n. 2 [Acessado 16 Novembro 2021] , pp. 288-307. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p288-307>. Epub 14 Jun 2021. ISSN 1983-7151.

[https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p288-307.](https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p288-307)

Harry Potter em Londres: *Tour* completo e exclusivo no estúdio da *Warner Bros* | VPC Episódio 100. Gravação de Canal *Viaje Por Conta*, 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rI59N_BAn9g. Acesso em: 18 out. 2022.

Harry Potter *Studio Tour* Londres 2022. Gravação de canal *GA AO QUADRADO*, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tYv4brXAEiY>. Acesso em: 18 out. 2022.

Harry Potter Wiki: *Hogsmeade*. *In:* Harry Potter Fandom, 2022. Disponível em: <https://harrypotter.fandom.com/pt-br/wiki/Hogsmeade>. Acesso em: 25 out. 2022.

HAYATA, Kivea Sarmento; MADRIL, Marilia Leticia. Turismo Cinematográficos: Um novo segmento para o desenvolvimento turístico. São Paulo, p. 49-85, 2009.

KÖRÖSSY, Nathália; PAES, Rute Gabriela dos Santos. A produção científica brasileira sobre o turismo cinematográfico: Uma análise bibliométrica de 2011 a 2018. Rosa dos Ventos, Caxias do Sul, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473564632014/473564632014.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2022.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: *Pearson Education* do Brasil, 2015.

Loja Harry Potter Plataforma 9 ¾ e *House of Minalima* 2022. Gravação de Canal *Ga ao quadrado*, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GYanUhn2f-Q>. Acesso em: 14 out. 2022.

LOPES, Rafael de Figueiredo; NOGUEIRA, Wilson de Souza; BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Imaginário, Cinema e Turismo: Uma viagem por Clichês Culturais Associados ao Brasil, no Filme Rio 2. Revista Rosa dos Ventos, 2017.

Magia e Bruxaria. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.magiaebruxaria.com.br/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

MAIA, Eduardo. Escadaria do filme ‘Coringa’ virou atração turística em Nova York. *In:* O Globo, p. 111-558, 27 out. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/escadaria-do-filme-coringa-virou-atracao-turistica-em-nova-york-24043553>. Acesso em: 7 jan. 2022.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, Bauru, v. 2, p. 10, 2004. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manzini_2004_entrevista_semi-estruturada.pdf. Acesso em: 17 abr. 2023

MORÉ, Carol T. Na Nova Zelândia, visite o Hobbiton, o vilarejo de O Hobbit. *In:* *Follow The Colours*, 5 abr. 2015. Disponível em: <https://followthecolours.com.br/na-nova-zelandia-visite-o-hobbiton-o-vilarejo-de-o-hobbit/>. Acesso em: 12 out. 2022.

NASCIMENTO, Flávio Martins e . Cineturismo. São Paulo: Aleph, 2009.

NETO, Francisco Samuel Pereira; SCHMIDLIN, Iraci de Oliveira Moraes. Turismo Induzido por Filmes: A Imagem do Nordeste Propagada pelo Cinema Brasileiro no Ponto de Vista do Estudante de Cinema no Ceará. PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, 2013. Disponível em:
<https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/9500/4244>. Acesso em: 17 maio 2023,

NEVES, Leonardo. Nova Zelândia lança campanha de turismo baseada em O senhor dos Anéis e O Hobbit. *In:* Mercado de Eventos, 9 dez. 2016. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/nova-zelandia-lanca-campanha-de-turismo-baseada-em-o-senor-dos-aneis-e-o-hobbit/>. Acesso em: 20 out. 2022.

Novelas brasileiras aumentam em até 525% a busca por destinos retratados nas histórias. *In:* Bem Paraná, 1 ago. 2018. Disponível em:
<https://www.bemparana.com.br/bem-estar/turismo/novelas-brasileiras-aumentam-em-ate-525-a-busca-por-destinos-retratados-nas-historias/>. Acesso em: 16 maio 2023.

O que a gente aprende nos parques da Disney (parte 3): *Magic Kingdom*. *In:* Veja , 20 mar. 2022. Disponível em:
<https://veja.abril.com.br/coluna/vejanomics/o-que-a-gente-aprende-nos-parques-da-disney-parte-3-magic-kingdom/>. Acesso em: 15 jul. 2022.

PEREIRA, Margarida Esteves. This is England?: projeções da Inglaterra e da sua identidade a partir do Heritage Film no panorama do turismo cultural. Diacrítica [online]. 2013, vol.27, n.3, pp.301-318. ISSN 0807-8967.

PINTO, Flávia. Participe da Pesquisa Geek Power 2021. *In:* Omelete, 19 nov. 2021. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/ccxp/geek-power-2021>. Acesso em: 7 set. 2022.

Prefeitura paga R\$ 1 mi por merchandising da Capital em novela global e alega reflexos positivos no turismo. *In:* Gazeta do Cerrado, 21 fev. 2018. Disponível em: <https://gazetadocerrado.com.br/prefeitura-paga-r-1-mi-por-merchandising-da-capital-em-novela-global-e-alega-reflexos-positivos-no-turismo/>. Acesso em: 16 maio 2023.

Qual é o perfil dos geeks e nerds brasileiros? *In:* Meio e Mensagem, 24 mar. 2022. Disponível em:
<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2022/03/24/qual-e-o-perfil-dos-geeks-e-nerds-brasileiros.html>. Acesso em: 7 set. 2022.

REIS, Vilto. A Jornada do Herói — O guia completo: o que é, exemplos, infográfico e por que você está usando errado. *In:* Vilto Reis, s/d. Disponível em: <https://viltoreis.com/a-jornada-do-heroi/>. Acesso em: 14 jun. 2022.

SILVA, Rejane dos Santos; PEREIRA, Marcílio Machado; MOREIRA, Glauber Lima; PERINOTTO, Andre Riani Costa. Promoção Turística a partir do filme Sete Anos no Tibete. Revista Rosa dos Ventos, 2011.

SOUZA-LEÃO, André Luiz Maranhão de e COSTA, Flávia Zimmerle da Nóbrega.

Agenciados pelo desejo: o consumo produtivo dos *potterheads*. Revista de Administração de Empresas [online]. 2018, v. 58, n. 1 [Acessado 3 Novembro 2021] , pp. 74-86. Disponível em:

<https://doi.org/10.1590/S0034-759020180107>.

ISSN

2178-938X.

<https://doi.org/10.1590/S0034-759020180107>.

Star Wars: Galaxy's Edge: Viva sua aventura Star Wars numa galáxia, muito, muito distante. *In*: Disney World, s/d. Disponível em:

https://disneyworld.disney.go.com/pt-br/destinations/hollywood-studios/star-wars-galaxy-edge/?ef_id=CjwKCAjwwL6aBhBIEiwADycBIKSxAl-b5XuQzLvlfFAZ4bDP0pGwaEmEDHkilyP-WjAW6l4vPCWtBoCYvwQAvD_BwE:G:s&s_kwcid=AL!5071!3!617169607437!e!!g!!star%20wars%20land&CMP=KNC-FY23_WDW_TRA_BZL_WB2LA_TKT_SWGE%7CG%7C5231851.MX.AM.01.03%7CMRZZJKD%7CBR%7C617169607437&keyword_id=kwd-314113230710%7Cdc%7Cstar%20wars%20land%7C617169607437%7Ce%7C5071:3%7C&gclid=CjwKCAjwwL6aBhBIEiwADycBIKSxAl-b5XuQzLvlfFAZ4bDP0pGwaEmEDHkilyP-WjAW6l4vPCWtBoCYvwQAvD_BwE. Acesso em: 27 out. 2022.

TERRA, Maria Clara Santos. Harry Potter e a magia do turismo cinematográfico: um estudo sobre a cultura potterhead e a escolha de destinos turísticos. 2021. 103. Monografia (Graduação em Turismo) - Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2021.

Tour completo e exclusivo por Hobbiton, a famosa vila do Senhor dos Anéis e O Hobbit: The Shire LOTR. Gravação de Canal Viaje Por Conta, 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rRI-EolkcRE>. Acesso em: 20 out. 2022.

TRINDADE, Eneus. Merchandising em Telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo, 1999. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f0a08cd35e4f04512409b2b514a85fae.PDF>. Acesso em: 24 maio 2023.

Turismo Cinematográfico Brasileiro. Ministério do Turismo. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha_Cinema.pdf. Acesso em: 31 jun. 2021.

Turismo em Star Wars. *In*: Hisour Arte Cultura Exposição, s/d. Disponível em: <https://www.hisour.com/pt/star-wars-tourism-49145/>. Acesso em: 26 out. 2022.

Visit Britain, s/d. Disponível em:

<https://www.visitbritain.com/en/things-to-do/great-britain-screen>. Acesso em: 9 mar. 2022.