



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

CAMILA FERNANDA SILVA SOBRAL

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA O TURISMO DE
SERGIPE**

SÃO CRISTÓVÃO (SE) 2025



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

CAMILA FERNANDA SILVA SOBRAL

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA O TURISMO DE
SERGIPE**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal de Sergipe para obtenção do
título de Bacharel em Turismo, elaborada sob a
orientação da Prof.^a. Me. Luana Almeida De Jesus.

SÃO CRISTÓVÃO (SE) 2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

CAMILA FERNANDA SILVA SOBRAL

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA O TURISMO DE
SERGIPE**

APROVADA EM: ____/____/____

Monografia apresentada ao Curso de Turismo, Departamento de Turismo, da Universidade Federal de Sergipe e aprovada pela Banca Examinadora.

Prof.^a. Me. Luana Almeida De Jesus (Orientadora)

Departamento de Turismo /UFS

Prof.^a. Dr.^a. Daniela Pereira De Souza Silva (1^a Examinadora)

Departamento de Turismo /UFS

Prof. Dr. Denio Santos Azevedo (2^a Examinadora)

Departamento de Turismo /UFS

SÃO CRISTÓVÃO (SE) 2025

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, pelo amor e pelo apoio incondicional em cada etapa desta caminhada. À minha mãe, Andrea, por ser minha maior inspiração, me incentivar nos momentos difíceis e acreditar no meu potencial. À minha avó Eliane, por sua sabedoria, carinho e por sempre me motivar a seguir em frente. Às minhas irmãs, Nathalia e Carol, por estarem sempre ao meu lado, compartilhando risadas, desafios e conquistas. O amor e o companheirismo de vocês tornam minha jornada ainda mais especial. Faço também uma homenagem póstuma à minha querida avó Helena e ao meu avô Antônio, que, mesmo não estando mais fisicamente presentes, continuam vivos em meu coração e em cada conquista da minha vida. Seus ensinamentos e exemplos de força e dedicação serão para sempre minha referência.

A todos vocês, minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por ter me sustentado até aqui, por me conceder força, sabedoria e resiliência para enfrentar cada desafio desta caminhada. Sem Sua graça e misericórdia, nada disso teria sido possível, e a Ele dedico toda a minha gratidão por cada conquista alcançada. À minha família, que é meu alicerce e minha maior motivação. À minha mãe, Andrea, por seu amor incondicional, por ser minha inspiração e por sempre acreditar em mim, me incentivando a seguir em frente com determinação. À minha avó Eliane, por seu carinho, conselhos e por ser uma presença constante de apoio e afeto. Faço também uma homenagem póstuma à minha querida avó Helena e ao meu avô Antônio, que, mesmo não estando mais fisicamente presentes, continuam vivos em meu coração e em tudo o que sou. Seus ensinamentos e exemplos de vida permanecem como um legado valioso para mim. Às minhas irmãs, Nathalia e Carol, por todo apoio, companheirismo e pelos momentos compartilhados ao longo dessa trajetória. Aos meus tios Marco e Márcio e às minhas tias Anne e Dani, pelo carinho, pelo incentivo e pela presença em minha vida. Aos meus primos, que tornam minha jornada mais leve e especial com sua amizade e alegria. Aos meus colegas de turma, Amanda, Ariel, Beatriz Agnes, Beatriz Marlúcia, Luana e Hugo, pelo apoio mútuo, pelas trocas de conhecimento e pelo companheirismo ao longo dessa jornada acadêmica. Cada momento compartilhado tornou essa caminhada mais enriquecedora e motivadora. E, com imensa gratidão, agradeço à minha orientadora, Professora Mestra Luana Almeida de Jesus, por sua dedicação, paciência e ensinamentos ao longo da elaboração deste trabalho. Seu apoio, incentivo e conhecimento foram fundamentais para que esta pesquisa se concretizasse e se tornasse um aprendizado valioso em minha trajetória acadêmica. A todos vocês, meu mais sincero agradecimento. Este trabalho é fruto não apenas do meu esforço, mas também do apoio e da contribuição de cada um que, de alguma forma, fez parte dessa conquista.

"Entregue ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos."

(Provérbios 16:3)

RESUMO

Este trabalho investiga o impacto da novela Velho Chico no turismo cinematográfico em Sergipe, analisando sua influência na promoção do destino e no desenvolvimento socioeconômico da região. O estudo busca compreender como a exposição midiática da novela contribuiu para a valorização cultural e para o aumento do fluxo turístico em locais como Canindé de São Francisco. Para isso, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica, análise documental e entrevistas com profissionais do setor turístico. Os resultados apontam que a novela desempenhou um papel significativo na construção da imagem turística do destino, estimulando investimentos em infraestrutura e novos empreendimentos voltados à recepção de visitantes. Além disso, identificou-se que a presença da teledramaturgia desperta o interesse turístico por meio da construção de um imaginário que associa os cenários naturais e culturais ao enredo da trama. Entretanto, desafios como a necessidade de estratégias de marketing contínuas, capacitação profissional e investimentos públicos foram evidenciados como fatores essenciais para a consolidação do turismo cinematográfico na região. O estudo reforça a importância das produções audiovisuais como ferramenta de desenvolvimento turístico e cultural, demonstrando seu potencial para impulsionar economias locais e fortalecer a identidade regional.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Cinematográfico; Cultura; Novela; Desenvolvimento Regional; Sergipe.

ABSTRACT

This study examines the impact of the soap opera *Velho Chico* on film tourism in Sergipe, analyzing its role in promoting the destination and fostering regional socio-economic development. The research aims to understand how the media exposure of the soap opera contributed to cultural appreciation and increased tourist flow in locations such as Canindé de São Francisco. A qualitative approach was adopted, involving bibliographic review, documentary analysis, and interviews with tourism professionals. The findings indicate that the soap opera played a significant role in shaping the destination's tourism image, encouraging investments in infrastructure and the creation of new businesses to accommodate visitors. Furthermore, it was observed that television narratives enhance tourism interest by constructing an imaginary that links natural and cultural landscapes to the storyline. However, challenges such as the need for continuous marketing strategies, professional training, and public investment emerged as crucial factors for the consolidation of film tourism in the region. The study highlights the importance of audiovisual productions as a tool for tourism and cultural development, demonstrating their potential to boost local economies and strengthen regional identity.

KEYWORDS: Film Tourism; Culture; Soap Opera; Regional Development; Sergipe.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Turismo	18
2.2 Turismo Cultural- Identidade, Sustentabilidade e Desenvolvimento	19
2.3 Turismo Cinematográfico- a influência das produções audiovisuais na promoção de destinos	20
3. IMAGEM E IMAGINÁRIO- A FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA E SEUS IMPACTOS NA EXPERIÊNCIA DO VIAJANTE	30
3.1 Cinematografia- a construção de destinos através das imagens	32
4. INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS- UMA ABORDAGEM ANALÍTICA	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS	41
APÊNDICES	44

LISTA DE SIGLAS

- **APCA** – Associação Paulista de Críticos de Arte
- **CNC** – Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
- **EMBRATUR** – Instituto Brasileiro de Turismo
- **MTUR** – Ministério do Turismo
- **OGDs** – Organizações de Gestão de Destino
- **OMT** – Organização Mundial do Turismo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Cânions do Xingó e Rio São Francisco em Canindé do São Francisco.....	32
Figura 2 - Cânions do Xingó em Canindé de São Francisco.....	33
Figura 3 - Vista do Rio São Francisco em Canindé de São Francisco.....	34

INTRODUÇÃO

O turismo cinematográfico pode ser definido como a prática turística em que a principal motivação é visitar destinos ou atrações relacionados a produções audiovisuais, principalmente filmes e séries de TV. Esse seguimento turístico ocorre quando locais são promovidos ou se tornam populares por terem sido cenário de filmes, séries ou novelas e tem o poder de aumentar o número de visitantes durante o ano todo. Esse tipo de turismo contribui para o crescimento das receitas econômicas locais, pois atrai mais turistas interessados em conhecer os lugares retratados nas produções cinematográficas. Além disso, ajuda a reduzir os efeitos da sazonalidade, já que o interesse pelos locais de filmagem pode manter um fluxo mais constante de visitantes ao longo do ano, independentemente das estações ou períodos turísticos tradicionais. (Melo, Körössy, 2021).

As representações visuais no cinema e na TV ajudam a construir uma "imagem mental" ou imaginário de um lugar, muitas vezes criando um ideal ou uma fantasia que pode atrair visitantes (Gastal, 2009). Sergipe, com sua rica herança cultural e belezas naturais, possui grande potencial para o desenvolvimento do turismo cultural e cinematográfico. No entanto, a consolidação desse segmento enfrenta desafios, como a necessidade de melhorias na infraestrutura turística e na capacitação profissional. A visibilidade trazida por "Velho Chico" abriu novas oportunidades, mas é crucial que as organizações de gestão de destino (OGDs) implementem estratégias que aproveitem plenamente esse potencial (Melo, Körössy, 2021).

O turismo, na verdade, é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia, apoiando-se nos saberes sociais, culturais e ambientais. Nesse sentido, iniciaremos as considerações básicas sobre o tema, apresentando os aspectos conceituais, as definições técnicas e a classificação. Mas, afinal, o que é mesmo turismo? (Giovaninni, 2003, p. 28).

A escolha do tema "Turismo Cinematográfico: A Influência da Cultura e Arte Cinematográfica da Novela 'Velho Chico' para a Indústria Turística em Sergipe" surgiu diante da minha admiração pela cultura da arte cinematográfica, com a crescente relevância do turismo cinematográfico no cenário global e pela notável repercussão cultural e econômica que produções audiovisuais podem gerar para as regiões onde são filmadas. A novela "Velho Chico", que foi exibida pela Rede Globo, foi uma obra de grande impacto, não só por possuir uma narrativa e qualidade artística, mas também por suas locações deslumbrantes, muitas delas situadas em Canindé do São Francisco, no estado de Sergipe.

Essa exposição massiva pode despertar o interesse de turistas e pesquisadores, oferecendo uma oportunidade excepcional para estudar e promover o turismo local.

No âmbito acadêmico, a pesquisa enriquecerá o corpo teórico e prático sobre turismo cinematográfico, por ser um segmento ainda emergente e pouco explorado na literatura acadêmica nacional, já que, o trabalho irá investigar os impactos de uma novela de grande audiência, como "Velho Chico", que é capaz de desencadear novas frentes de pesquisas e abrir diversas discussões sobre a convergência entre turismo e mídia. Também o presente estudo visa proporcionar uma análise interdisciplinar integrando elementos de cultura, arte, economia e turismo, e oferecendo aos colegas e professores um estudo de caso concreto e atual que expõe como a indústria audiovisual pode ser uma aliada estratégica no desenvolvimento turístico de uma região. Desta forma, esta pesquisa poderá incentivar futuras pesquisas e projetos, promovendo um debate sobre a importância da preservação cultural e ambiental das áreas filmadas. Com o objetivo de proporcionar uma maior visibilidade sobre a exploração sustentável do potencial turístico das produções audiovisuais.

Efetivamente a atividade turística desempenha uma tarefa fundamental em relação ao desenvolvimento econômico e social no Brasil, uma vez que vem ampliando seu potencial a vários estados e municípios do país. Em virtude de sua capacidade inata de - a baixos custos - gerar novos empregos, a atividade turística apresenta, em relação ao exercício da cidadania, uma dimensão ainda maior. (Pinto, 2010, p.7).

No quesito econômico, poderá agregar economicamente o município de Canindé do São Francisco/SE, identificando e promovendo os atrativos turísticos, potencializando a visibilidade e o apelo turístico do município e dos atrativos relacionados à novela "Velho Chico". A partir deste estudo, será possível idealizar estratégias de marketing turístico que aproveitem a fama e a estética da novela para atrair visitantes. Auxiliar na elaboração de políticas públicas e privadas com dados concretos sobre o impacto da novela, gestores públicos e empreendedores locais poderão planejar ações que maximizem os benefícios econômicos e minimizem os impactos negativos, como a degradação ambiental e a gentrificação e que sejam voltadas para o desenvolvimento sustentável do turismo cinematográfico.

Este TCC pode servir ainda de base para negociações com produtores de conteúdo audiovisual, incentivando novas produções em Canindé do São Francisco/SE como

cenário, o que geraria empregos e movimentaria a economia local. Além de proporcionar a parceria entre o setor audiovisual e o setor turístico, gerando um ciclo virtuoso de desenvolvimento econômico. Este trabalho também planeja demonstrar como a arte e a cultura e a cinematografia são capazes de atuar como vetores de desenvolvimento turístico e econômico, auxiliando na valorização e crescimento de Canindé do São Francisco, e simultaneamente potencializa o conhecimento acadêmico e profissional na área do Turismo.

Por fim, esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a influência do turismo cinematográfico em Sergipe, tendo como base a novela *Velho Chico*. A produção televisiva, ao retratar as paisagens, a cultura e a identidade local, despertou o interesse dos telespectadores e potencializou o turismo na região. Para alcançar esse objetivo, este trabalho utilizou três objetivos específicos. O primeiro consistiu em identificar a atratividade da novela *Velho Chico* no segmento do turismo cultural, analisando de que forma a obra televisiva contribuiu para a valorização e promoção do patrimônio natural e cultural de Canindé de São Francisco. Em seguida, pretendeu-se compreender a imagem e o imaginário que os turistas adquiriram da cidade a partir da exibição da novela, observando como as representações midiáticas influenciaram a percepção do destino e as motivações de visitação. Por fim, buscou-se verificar se o consumo turístico em Canindé de São Francisco permaneceu após a exibição da novela, avaliando a sustentabilidade do turismo cinematográfico e a permanência do fluxo de visitantes ao longo dos anos. Dessa maneira, a pesquisa pretendeu contribuir para a compreensão do impacto do turismo cinematográfico no estado de Sergipe..

O turismo cinematográfico é um segmento que se fortalece a partir da exibição de filmes e novelas que despertam o interesse do público em visitar os locais onde as produções foram gravadas. No Brasil, diversas obras audiovisuais já contribuíram para impulsionar o turismo em diferentes regiões, e a novela *Velho Chico*, exibida pela Rede Globo em 2016, é um exemplo significativo desse fenômeno. Ambientada em grande parte às margens do Rio São Francisco, a novela destacou as belezas naturais e a cultura local, trazendo visibilidade para o município de Canindé de São Francisco, em Sergipe. Diante desse contexto, surge a necessidade de investigar se a exposição midiática proporcionada pela novela resultou em um aumento real no fluxo turístico da região, além de compreender como a imagem e o imaginário dos turistas foram construídos a partir da teledramaturgia. Além disso, questiona-se se esse impacto foi duradouro e se houve benefícios econômicos e sociais para a comunidade local. Assim, a pesquisa busca compreender: Como a novela *Velho Chico* influenciou o turismo cinematográfico em Sergipe?

Para a elaboração desta monografia, adotou-se a metodologia de pesquisa qualitativa, que se destaca pela sua capacidade de explorar significados, percepções e contextos de forma aprofundada. Diferente da abordagem quantitativa, que se baseia em mensuração e estatísticas, a pesquisa qualitativa permite uma visão mais detalhada e contextualizada dos objetos de estudo. Essa abordagem é especialmente relevante nas ciências sociais, onde a complexidade dos comportamentos humanos exige uma análise mais ampla e flexível. Dessa forma, a pesquisa qualitativa se apresenta como uma ferramenta essencial para explorar e interpretar realidades dinâmicas, contribuindo para a construção de conhecimentos mais aprofundados e significativos (Gil, 2010).

A pesquisa descritiva ferramenta também adotada tem como objetivo principal descrever as características de um fenômeno ou população, sem interferir ou manipular as variáveis envolvidas. Ela busca identificar e detalhar aspectos como comportamentos, opiniões e condições de um grupo específico, utilizando métodos como questionários e observações. Este tipo de pesquisa é fundamental para obter um panorama geral e pode servir como base para estudos mais aprofundados. A análise dos dados coletados permite a identificação de padrões e tendências. É amplamente utilizada nas ciências sociais, educação e saúde. (Gil, 2010.).

Já a pesquisa documental também usada neste trabalho consiste na análise de documentos, registros e materiais já existentes para a obtenção de informações. Essa abordagem é utilizada para investigar fenômenos passados ou entender contextos históricos e sociais. Os documentos podem incluir textos, artigos, relatórios, fotografias e outros tipos de registros, sendo essenciais para a construção de um conhecimento fundamentado.

No campo do turismo e do cinema, a pesquisa documental também se mostra relevante por permitir a compreensão das representações culturais e sociais presentes nas obras audiovisuais, assim como seus impactos na formação de imaginários turísticos (GASTAL, 2005; COUTINHO; FARIA; FARIA, 2016; BEETON, 2016). Segundo Barbosa (2018), ao analisar documentos como novelas e filmes, torna-se possível identificar como a cultura midiática influencia escolhas de destinos turísticos, reforçando a importância do cruzamento entre arte e mercado. Nesse sentido, autores como Aumont e Marie (2009) e Xavier (2001; 2008) contribuem para a compreensão estética e técnica da linguagem cinematográfica, enquanto Bernardet (1995) e Ramos (2012; 2018) ampliam a análise sobre

a cinematografia brasileira e suas transformações. Por sua vez, Beni (2006) e Hall (2003; 2015) oferecem referenciais estruturais e sociais que permitem situar a pesquisa documental no contexto mais amplo do turismo cultural.

Assim, neste trabalho, foi realizada uma análise crítica das percepções dos entrevistados, destacando convergências e divergências de opiniões, assim como as razões apontadas para tais disparidades. A pesquisa documental, apoiada em autores clássicos e contemporâneos, enriquece a compreensão do fenômeno estudado e fortalece a base científica da investigação.

A pesquisa documental é valiosa por permitir o acesso a dados que não podem ser obtidos por meio de métodos diretos, além de possibilitar uma análise crítica das fontes. É comum em estudos de história, sociologia e ciências políticas (Marcos, 2017). Foi realizada uma análise crítica das percepções dos entrevistados. Onde foram destacadas convergências e divergências de opiniões, assim como as razões apontadas para tais disparidades.

A análise das entrevistas também contribuiu para verificar de que modo a novela colaborou para a promoção de Sergipe como um destino turístico cultural e histórico. A pesquisa bibliográfica outro método de pesquisa utilizado neste trabalho é uma análise essencial para reunir informações já existentes sobre um tema específico, visando aprofundar o conhecimento, e introduzir novos argumentos pertinentes ao assunto em estudo. No contexto desta monografia, essa metodologia foi aplicada por meio da análise de diversas fontes, como, artigos acadêmicos, documentos, livros físicos e digitais, teses, e plataformas virtuais. Essas fontes concederam uma análise crítica e respaldada do tema, cooperando para a construção de uma argumentação sólida e atualizada.

Para a coleta de informações, foram realizadas entrevistas no período entre 09/01/2025 e 04/02/2025. Com o intuito de identificar as percepções e opiniões dos profissionais de turismo sobre o impacto da novela. A entrevista consiste na interação entre duas pessoas, com o objetivo de que uma delas obtenha informações sobre um tema específico por meio de uma conversa de caráter profissional para investigar fatos, identificar o clima, sentimentos, expectativas, sonhos, descobrir planos de ação, além de examinar comportamentos atuais ou passados e os motivos conscientes por trás de opiniões (Michel, 2009).

Essas entrevistas, por sua vez, foram realizadas de forma remota, por videoconferência, através do Google forms de acordo com a disponibilidade dos participantes. As entrevistas serviram para auxiliar na compreensão sobre o impacto da novela Velho Chico no turismo

sergipano. Foram entrevistados profissionais como guias de turismo operadores de viagens e representantes de agências de turismo, que experimentaram diretamente o aumento ou a modificação da demanda turística do local após a exibição da novela. Através dessas entrevistas, foram reunidas informações mais subjetivas, como a compreensão de mudança na valorização cultural e o envolvimento da comunidade local com o turismo.

A escolha dos procedimentos metodológicos descritos acima foi de suma importância para o sucesso da pesquisa, pois permitiram uma abordagem multidimensional do tema. O turismo cinematográfico, enquanto fenômeno social e econômico, demanda uma investigação que integre tanto aspectos quantitativos quanto qualitativos, a fim de se compreender o impacto cultural e econômico de obras audiovisuais como *Velho Chico*. Através desses métodos, foi possível não apenas descrever os efeitos da novela sobre o turismo local, mas também traçar um panorama sobre o papel da arte e da cultura na promoção turística e no desenvolvimento regional.

Para a realização deste estudo sobre a influência da novela "*Velho Chico*" no turismo de Canindé do São Francisco, foram aplicadas entrevistas semi-estruturadas a diferentes profissionais da área do turismo. Os participantes foram selecionados com base em sua atuação direta no setor, incluindo o turismólogo de Canindé do São Francisco, guias de turismo e donos de agências. As entrevistas foram compostas por perguntas sobre o impacto da novela no local e no setor turístico, realizadas do dia 09/01/2025 ao dia 21/02/2025 permitindo a obtenção de relatos qualitativos. O público-alvo incluiu:

- Carlos Moisés de Lima Santos: Nomeado Turismólogo de Canindé
- Naime Menezes De Melo, Werllen Moura dos Anjos, Gilberto José Correia Junior, Gisele Tabosa de Sousa, Irma Karla Freire Barbosa e Andreza de Jesus Farias. Profissionais que atuam como guias de turismo ou mediadores culturais.
- Felipe - Aracaju Turismo
- Eloisa Melo - Ecos do Sertão Turismo Pedagógico e Lazer

2. REFERENCIAL TEÓRICO- BASES TEÓRICAS E CONCEITUAIS

2.1 Turismo

A evolução histórica do turismo espelha as transformações econômicas, sociais e culturais das sociedades ao longo dos séculos. Desde as práticas de hospitalidade das civilizações antigas até o turismo de massa contemporâneo, o setor do turismo tem desempenhado um papel crucial no surgimento de pontes entre diferentes culturas e na promoção do desenvolvimento econômico. No Brasil, essa trajetória é marcada pela adaptação às condições locais e pela crescente integração ao mercado turístico global. Enquanto fenômeno global, o turismo exerce um papel significativo na transformação do espaço geográfico, moldando paisagens, culturas e economias.

A dinâmica turística, impulsionada pela busca por experiências únicas e autênticas, provoca alterações profundas nos destinos, exigindo uma análise abrangente de suas dimensões. No que diz respeito ao espaço, o turismo se manifesta na criação de infraestruturas turísticas, como hotéis, restaurantes e centros de lazer, que alteram a configuração urbana e rural. A demanda por acessibilidade impulsiona a construção de estradas, aeroportos e portos, conectando destinos remotos e promovendo a mobilidade global. A expansão do turismo em áreas naturais, como praias e montanhas, exige um planejamento cuidadoso para minimizar os impactos ambientais e preservar a biodiversidade (Giovannini, 2012).

Já no âmbito cultural, o turismo revela-se na interação entre turistas e comunidades locais, promovendo o intercâmbio de costumes, tradições e conhecimentos. O turismo cultural, que busca vivenciar a autenticidade dos destinos, valoriza o patrimônio histórico e artístico, impulsionando a preservação de monumentos, museus e sítios arqueológicos (Gastal, 2009). Contudo, o turismo também pode gerar a homogeneização cultural, com a padronização de produtos e serviços turísticos, ameaçando a diversidade cultural. Em relação à economia, o turismo evidencia-se na geração de empregos, no aumento da renda e no desenvolvimento de novas atividades econômicas. O turismo impulsiona setores como hotelaria, gastronomia, transporte e artesanato, contribuindo para a diversificação da economia local (CNC, 2010). O turismo de eventos, como festivais e congressos, atrai um grande número de visitantes, gerando receitas significativas para os destinos. Por outro lado, o turismo também pode gerar a dependência econômica, com a concentração de atividades em um único setor, tornando os destinos vulneráveis a crises e flutuações do mercado (O'Connor & Flanagan, 2008).

No contexto social, o turismo manifesta-se na interação entre turistas e residentes, promovendo o intercâmbio de valores e atitudes. O turismo pode impulsionar a inclusão social, com a criação de oportunidades de trabalho para grupos marginalizados e a valorização de suas culturas (Melo & Körössy, 2021). Entretanto, o turismo também pode gerar a exclusão social, com a gentrificação de áreas turísticas, expulsando os residentes de baixa renda e aumentando a desigualdade. No que tange ao meio ambiente, o turismo revela-se na interação entre turistas e o meio ambiente, com a busca por paisagens naturais e atividades ao ar livre. O turismo sustentável, que busca minimizar os impactos ambientais, exige a adoção de práticas responsáveis, como o uso de energias renováveis, a gestão de resíduos e a conservação da biodiversidade. Todavia, o turismo também pode gerar a degradação ambiental, com a poluição, o desmatamento e a exploração excessiva de recursos naturais.

Diante da complexidade do turismo, é fundamental adotar uma abordagem multidimensional, que considere suas dimensões espaciais, culturais, econômicas, sociais e ambientais. O planejamento turístico deve buscar o equilíbrio entre os benefícios e os impactos, promovendo o desenvolvimento sustentável e a valorização dos destinos. A colaboração entre os setores público e privado, a participação das comunidades locais e a conscientização dos turistas são essenciais para garantir um turismo responsável e benéfico para todos. Quando bem planejado e gerido, o turismo pode ser um poderoso motor de desenvolvimento, impulsionando a economia, valorizando a cultura e preservando o meio ambiente. No entanto, é fundamental reconhecer os desafios e adotar medidas para minimizar os impactos negativos, garantindo um turismo que beneficie tanto os visitantes quanto as comunidades locais.

2.2 Turismo Cultural - Identidade, Sustentabilidade e Desenvolvimento

O turismo cultural pode ser compreendido como uma modalidade turística que envolve a experiência e o contato com a cultura local, incluindo seu patrimônio histórico, artístico e suas manifestações imateriais. Segundo Hall (2003), "o turismo cultural é uma das formas mais importantes de interação entre visitantes e comunidades anfitriãs, promovendo a valorização da identidade e do patrimônio". Assim, essa prática desempenha um papel fundamental no desenvolvimento sustentável e na preservação das tradições e da memória coletiva.

O turismo cultural pode ser definido como o deslocamento de indivíduos com o objetivo principal de conhecer e vivenciar aspectos culturais de um destino. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2006), "turismo cultural é aquele que motiva o turista a buscar novas experiências baseadas na herança cultural de uma sociedade, abrangendo desde sítios históricos até eventos artísticos e gastronômicos". No Brasil, o Ministério do Turismo (MTur) também reconhece o turismo cultural como um segmento estratégico, considerando sua capacidade de geração de emprego e renda, bem como sua influência na valorização da diversidade cultural do país (MTur, 2018).

O turismo cultural se estrutura a partir de diferentes elementos que compõem a identidade e a herança cultural de um povo. Entre os principais aspectos, destacam-se, o patrimônio histórico é um dos principais atrativos do turismo cultural. Cidades como Ouro Preto (MG), Olinda (PE) e Salvador (BA) são reconhecidas por seus centros históricos preservados, que atraem milhares de visitantes anualmente. De acordo com Choay (2001), o patrimônio histórico não é apenas um vestígio do passado, mas um elemento essencial para a compreensão da identidade cultural de uma sociedade. As expressões artísticas, como teatro, dança, música e artes plásticas, também são fundamentais para o turismo cultural.

No Brasil, eventos como o Festival de Parintins (AM) e o Carnaval do Rio de Janeiro são exemplos de manifestações culturais que atraem turistas do mundo inteiro. Segundo Canclini (1995) a cultura contemporânea é marcada pela fusão de tradições locais e influências globais, tornando o turismo cultural um meio de difusão e preservação dessas manifestações. A culinária é um elemento indispensável no turismo cultural, pois representa a identidade de um povo. No Brasil, a diversidade gastronômica é um dos principais atrativos turísticos, com pratos típicos como a feijoada, o acarajé e o tacacá. De acordo com Montanari (2017), "a alimentação desempenha um papel central na experiência turística, pois envolve não apenas o paladar, mas também aspectos históricos e sociais". O turismo cultural também enfrenta desafios que precisam ser gerenciados para garantir sua sustentabilidade, entretanto ele apresenta uma série de benefícios econômicos, sociais e ambientais pode impulsionar a economia local, gerando empregos e promovendo o desenvolvimento regional.

Segundo Beni (2006), o turismo cultural favorece a descentralização econômica, impulsionando a inclusão social e fortalecendo a valorização das comunidades locais. No entanto, o crescimento desordenado do turismo pode levar à gentrificação e à descaracterização cultural dos destinos. A preservação dos bens culturais é um dos principais desafios do turismo cultural. A visitação excessiva pode causar danos

irreversíveis a monumentos históricos e ambientes naturais. Nesse sentido, políticas públicas e iniciativas privadas devem atuar para garantir um turismo sustentável.

Segundo UNESCO (2010), a gestão do turismo cultural deve conciliar o desenvolvimento do setor com a preservação do patrimônio, garantindo assim que as futuras gerações também possam apreciá-lo. O turismo cultural é uma ferramenta poderosa para a valorização da identidade e do patrimônio cultural, além de ser um motor de desenvolvimento econômico e social. Entretanto, é fundamental que sua prática seja planejada de forma sustentável, respeitando as comunidades locais e garantindo a preservação dos recursos culturais. Como conclui Hall (2015), O turismo cultural deve ir além do consumo, tornando-se um espaço para o diálogo intercultural e a valorização da diversidade humana.

2.3 Turismo Cinematográfico - a influência das produções audiovisuais na promoção de destinos

O turismo cinematográfico, uma vertente do turismo cultural, tem ganhado destaque nos últimos anos como um fenômeno que associa o desejo por destinos turísticos e a apreciação de obras audiovisuais. Este trabalho explora a influência da novela "Velho Chico" na promoção turística do estado de Sergipe, destacando como a exibição da obra contribuiu para a apreciação da cultura e das paisagens locais, convertendo a região em um potencial destino turístico. A novela Velho Chico foi uma produção da Rede Globo, exibida entre 14 de março e 30 de setembro de 2016, no horário das 21h. Escrita por Benedito Ruy Barbosa, em parceria com sua filha Edmara Barbosa e seu neto Bruno Luperi, a trama teve direção artística de Luiz Fernando Carvalho, sendo marcada por sua estética diferenciada, poética e com forte valorização da cultura nordestina. A história se passa às margens do Rio São Francisco popularmente chamado de "Velho Chico" e retrata, ao longo de várias gerações, a vida de famílias marcadas por disputas políticas, econômicas e amorosas no sertão nordestino. O rio é o grande símbolo da narrativa, sendo tratado quase como um personagem central, pois representa tanto a vida quanto os conflitos que envolvem as comunidades ribeirinhas.

A trama começa nos anos 1960, mostrando a rivalidade entre as famílias de Coronel Jacinto (Zé Vicente de Paula), ligado ao poder econômico e político da região, e a família de Belmiro dos Anjos, representante do povo simples e trabalhador do sertão. O romance

entre Santo dos Anjos (vivido por Domingos Montagner na fase adulta) e Maria Tereza (Camila Pitanga), filha de um dos coronéis, se torna o eixo central da narrativa, lembrando um clássico enredo de amor proibido. Com o avanço da história, o foco se expande para as disputas pelo controle das terras, da água e da política local, ressaltando temas como tradição, modernidade, ecologia, poder político e identidade cultural. Canindé de São Francisco, no estado de Sergipe, tornou-se um espaço de destaque para produções audiovisuais devido ao seu patrimônio natural e cultural, especialmente o Cânion do Xingó e o Rio São Francisco. Além da novela *Velho Chico*, exibida em 2016, outras produções televisivas e cinematográficas utilizaram o município e seus arredores como cenário. Entre elas, destaca-se a novela *Cordel Encantado*, produzida pela Rede Globo em 2011, que mesclava elementos de conto de fadas com a cultura nordestina e utilizou as paisagens do Xingó para compor o reino fictício de Seráfia do Norte. Outra produção importante foi a minissérie *Amores Roubados*, de 2014, que teve locações no Vale do São Francisco, incluindo áreas próximas a Canindé, reforçando o potencial turístico da região através da valorização de suas paisagens e do imaginário sertanejo.

Ao apresentar de forma singular o imaginário do Nordeste brasileiro, a novela desempenhou um papel essencial na criação de uma imagem atrativa de Sergipe, estimulando o interesse de visitantes na exploração do real cenário da trama. Gastal (2005, p. 12) afirma que "antes de se deslocarem para um novo lugar, as pessoas já terão entrado em contato com ele visualmente, por meio de fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas na Internet ou mesmo por intermédio dos velhos e queridos cartões postais".

O turismo cinematográfico tem se destacado como uma nova tendência no turismo cultural, no qual os turistas são levados a visitar diversos locais que foram ou estão sendo utilizados como cenários em filmes, séries e novelas estimulados pelo desejo de experimentar os ambientes vistos nas produções audiovisuais (Gastal, 2009). A obra "Turismo: Imagens e Imaginário" da coleção ABC do Turismo explora como as imagens criadas pelas produções audiovisuais auxiliam na percepção dos destinos turísticos, ressaltando que não podemos subestimar a potencialidade das imagens em fomentar o imaginário do turista. (Gastal, 2009).

A cultura e a arte cinematográfica desempenham um papel crucial na promoção turística ao capturar e comunicar o imaginário coletivo. Produções audiovisuais, como filmes, séries e novelas, possuem uma capacidade única de transportar os espectadores para novos lugares, despertando o desejo de vivenciar pessoalmente os cenários retratados. Segundo Hudson e Ritchie (2006), apud Melo, Körössy, (2021), as imagens apresentadas em filmes e séries

influenciam como os espectadores imaginam e percebem um destino turístico. Essas representações visuais auxiliam na criação de expectativas sobre o lugar, continuamente mostrando-o de maneira atraente e idealizada. O filme *Ainda Estou Aqui*, lançado em 2024 e dirigido por Walter Salles, exemplifica esse processo ao retratar parte da história recente do Brasil com foco em temas de memória, resistência e direitos humanos. A narrativa, baseada no livro homônimo de Marcelo Rubens Paiva, reforça a importância de lugares de memória ligados ao período da ditadura militar, como centros culturais, espaços de resistência e cidades marcadas por acontecimentos históricos. A obra, ao emocionar o público com a história de Eunice Paiva e sua luta em busca da verdade sobre a morte do marido, também desperta a atenção para a valorização de espaços que guardam esse patrimônio imaterial.

Nesse sentido, a produção contribui para a construção de um turismo voltado à memória e à reflexão histórica, estimulando visitas a locais que preservam a memória da ditadura e promovem o debate sobre direitos humanos. Além disso, o filme recebeu reconhecimento internacional, conquistando prêmios como o Oscar de Melhor Filme Internacional, o Globo de Ouro de Melhor Atriz para Fernanda Torres e o Prêmio Platino de Melhor Direção para Walter Salles, entre outros. Esses reconhecimentos não apenas destacam a qualidade artística da obra, mas também aumentam a visibilidade dos destinos retratados, incentivando o turismo cinematográfico e contribuindo para o desenvolvimento cultural e econômico das regiões envolvidas.

Como resultado, o destino se torna desejável para os espectadores, especialmente aqueles que buscam vivências autênticas e imersivas, ou seja, experiências que os conectem profundamente com a cultura, paisagem e estilo de vida local, tal como foi retratado na produção cinematográfica. A importância do turismo cinematográfico para a promoção de destinos também se reflete na necessidade de uma cooperação estreita entre o setor audiovisual e as organizações de gestão de destino (OGDs).

Essas parcerias são fundamentais para garantir que os benefícios econômicos e promocionais do turismo cinematográfico sejam plenamente aproveitados. Como relatado por Melo, Körössi, (2021) que apontam a cooperação entre as Organizações de Gestão de Destinos (OGDs), responsáveis por promover o turismo de uma região, e as produtoras audiovisuais é essencial para aproveitar ao máximo o potencial de uma produção em

promover um destino turístico. Portanto, a arte cinematográfica não apenas reflete a cultura de um destino, mas também atua como um catalisador para o desenvolvimento turístico, proporcionando visibilidade global e atraindo turistas em busca de novas experiências.

O turismo cultural em Sergipe enfrenta desafios relacionados à infraestrutura e à preservação do patrimônio cultural. No entanto, a visibilidade trazida por "Velho Chico" abriu novas oportunidades para o desenvolvimento turístico da região. O estado de Sergipe tem uma herança cultural valiosa, composta por elementos como tradições, monumentos históricos, festivais e práticas culturais, que, se forem bem promovidos e protegidos, podem atrair ainda mais turistas. Com uma boa estratégia de valorização e preservação desse patrimônio, Sergipe tem o potencial de se transformar em um destino turístico importante, destacando-se por sua riqueza cultural e autenticidade (Gastal, 2009.). A novela demonstrou que a cultura e a história locais podem ser poderosos atrativos turísticos, mas é necessário investir em capacitação e infraestrutura para aproveitar plenamente esse potencial.

A representação de Sergipe em "Velho Chico" foi marcada pela exaltação das paisagens naturais e das tradições culturais do estado. A novela criou um imaginário coletivo que associa Sergipe a uma região rica em cultura e beleza natural. A percepção que os turistas têm sobre um destino turístico é fortemente moldada pelas imagens e informações que a mídia divulga. A forma como novelas, filmes, redes sociais e outros meios de comunicação apresentam um lugar pode influenciar diretamente a maneira como as pessoas o imaginam. Essas representações ajudam a criar uma expectativa ou "imaginário" sobre o destino, o que pode ter um impacto significativo na decisão de alguém de visitar ou não aquele local.

Em resumo, a mídia desempenha um papel importante na escolha dos destinos turísticos ao influenciar a imagem que as pessoas têm deles. Em "Velho Chico", as imagens das margens do Rio São Francisco, das plantações e das cidades históricas serviram como um convite visual para que os espectadores conhecessem o local. O turismo cinematográfico, exemplificado pela influência de "Velho Chico" em Sergipe, demonstra como a cultura e a arte podem ser utilizadas como ferramentas eficazes para a promoção de destinos turísticos. A novela não apenas destacou a beleza e a cultura de Sergipe, mas também trouxe um fluxo de turistas que buscam vivenciar a realidade dos cenários retratados.

O turismo cinematográfico pode ser definido como a prática turística em que a principal motivação é visitar destinos ou atrações relacionados a produções audiovisuais, principalmente filmes e séries de TV. Esse seguimento turístico ocorre quando locais são

promovidos ou se tornam populares por terem sido cenário de filmes, séries ou novelas e tem o poder de aumentar o número de visitantes durante o ano todo. Esse tipo de turismo contribui para o crescimento das receitas econômicas locais, pois atrai mais turistas interessados em conhecer os lugares retratados nas produções cinematográficas. Além disso, ajuda a reduzir os efeitos da sazonalidade, já que o interesse pelos locais de filmagem pode manter um fluxo mais constante de visitantes ao longo do ano, independentemente das estações ou períodos turísticos tradicionais. (Melo, Körössi, 2021). Para que Sergipe possa consolidar-se como um destino de turismo cinematográfico, é necessário implementar uma série de estratégias que integrem a promoção turística com o setor audiovisual. Uma das estratégias mais importantes é a criação de parcerias e sinergias entre os atores do setor turístico e do setor audiovisual.

Como sugerido por Melo, Körössi (2021), o sucesso do turismo cinematográfico não depende apenas das Organizações de Gestão de Destinos (OGDs), que são responsáveis pela promoção turística, mas também da colaboração de outros atores importantes. Isso inclui o trade turístico (empresas e profissionais do setor, como hotéis, agências de viagens e guias de turismo), as film commissions (organizações que facilitam e promovem filmagens em determinadas regiões) e outros profissionais da indústria audiovisual.

A sinergia entre todos esses agentes é essencial para garantir que as produções cinematográficas tenham impacto positivo no turismo, desde a escolha dos locais de filmagem até a promoção eficiente dos destinos após o lançamento das obras. Essas parcerias podem incluir acordos de colaboração para a promoção conjunta de destinos turísticos e produções audiovisuais, o desenvolvimento de produtos turísticos relacionados às locações de filmagens e a criação de eventos temáticos que celebrem a cultura local.

Além disso, a realização de festivais de cinema e a abertura de centros culturais relacionados às produções audiovisuais podem fortalecer a imagem de Sergipe como um destino amigável ao cinema e ao turismo. Outra estratégia crucial é a promoção contínua do destino durante todas as fases de produção de uma obra audiovisual, desde a pré-produção até o lançamento e além. Isso pode incluir campanhas de marketing que utilizem os atores e cenários da produção, a organização de visitas de imprensa para promover o destino e a criação de pacotes turísticos que integrem a experiência cinematográfica com a exploração do destino. (Melo, Körössi, 2021).

O turismo cinematográfico é mais do que uma simples curiosidade dos fãs por locais de filmagem; ele representa uma força econômica significativa para os destinos que conseguem capitalizar essa oportunidade. É uma nova e crescente modalidade de turismo cultural, onde as pessoas viajam para visitar os lugares mostrados em filmes e séries. Os turistas são motivados pelo desejo de vivenciar os cenários que viram nas telas, explorando pessoalmente os locais que serviram como pano de fundo para as produções audiovisuais. Esse tipo de turismo conecta a cultura popular com a exploração de destinos, criando uma experiência única para os visitantes que querem mergulhar nos cenários das histórias que os cativaram (Gastal, 2009). Desta forma, pode ser uma estratégia muito eficiente para atrair mais turistas a um destino, especialmente em regiões que enfrentam problemas de sazonalidade, ou seja, onde o fluxo turístico varia muito ao longo do ano.

Quando um destino é promovido como cenário de filmagens de filmes ou séries, ele atrai visitantes não apenas durante o período de filmagem, mas também muito tempo depois, à medida que os fãs continuam a querer visitar esses locais, mesmo anos após o lançamento da produção. Além de aumentar o número de turistas, essa prática pode estimular a economia local de várias formas: gera empregos e renda durante as filmagens e cria um fluxo turístico constante no longo prazo, beneficiando o comércio e os serviços locais, ajudando a reduzir os impactos da sazonalidade. O turismo cultural, que envolve visitas a locais históricos, museus, festivais e tradições culturais, compete diretamente com outras opções de lazer, como entretenimento digital, parques temáticos, esportes e viagens de aventura. Para continuar atraindo turistas, o turismo cultural precisa ser inovador e cativante, oferecendo experiências diferenciadas e envolventes que despertem o interesse dos visitantes.

Isso implica em criar maneiras novas e criativas de apresentar o patrimônio cultural, tornando-o mais atrativo em um mercado com diversas opções de lazer (Pérez, 2009). O turismo cinematográfico vai além de promover um destino; ele gera impactos econômicos concretos para a região onde as filmagens ocorrem. Esses impactos podem ser diretos, como o aumento das receitas turísticas e a geração de empregos temporários durante as filmagens, e indiretos, como a criação de novos negócios e o fortalecimento de setores relacionados ao turismo e ao audiovisual. A produção de uma obra audiovisual requer uma infraestrutura robusta, incluindo serviços de hospedagem, alimentação, transporte e suporte técnico, todos os quais contribuem para a economia local.

Além disso, a visibilidade proporcionada pela produção pode atrair novos investimentos e impulsionar o desenvolvimento de produtos turísticos relacionados às locações utilizadas.

Por exemplo, a produção da novela "Velho Chico" envolveu não apenas a equipe de produção e os atores, mas também diversos profissionais locais, como costureiras, auxiliares de filmagem e figurantes. Esse tipo de atividade não apenas movimenta a economia local durante as filmagens, mas também cria uma base de habilidades e infraestrutura que pode ser aproveitada para futuras produções e para o turismo contínuo relacionado à novela. (Melo, Körössy, 2021.).

O futuro do turismo cinematográfico em Sergipe depende de como a região conseguirá capitalizar essa visibilidade, superando desafios e aproveitando as oportunidades para se consolidar como um destino turístico atrativo e sustentável. As representações visuais no cinema e na TV ajudam a construir uma "imagem mental" ou imaginário de um lugar, muitas vezes criando um ideal ou uma fantasia que pode atrair visitantes (Gastal, 2009). Esses meios de comunicação influenciam como as pessoas imaginam e desejam os destinos, o que impacta diretamente suas escolhas e o desejo de viajar para esses locais.

Promovendo destinos que antes poderiam ser desconhecidos, mas que se tornam desejáveis após a exposição midiática (Melo, Körössy, 2021.).

A construção desse imaginário é essencial para transformar a percepção dos turistas e atrair visitantes para a região. O turismo cultural, que envolve visitar locais históricos, participar de eventos culturais ou conhecer tradições locais, compete com outras opções de lazer, como esportes, entretenimento digital ou viagens de aventura. Para se manter competitivo e atrair turistas, o turismo cultural precisa ser criativo, inovador e oferecer experiências cativantes que despertem o interesse das pessoas. A simples preservação de patrimônios culturais apesar de ser muito importante não é suficiente; é necessário encontrar formas dinâmicas e envolventes de apresentar esses elementos para atrair e manter o público interessado. (Melo, Körössy, 2021)

O turismo cinematográfico é uma vertente do turismo cultural que se baseia na visita de locais que foram cenários de produções audiovisuais, como filmes, séries e novelas. Segundo Beeton (2016), esse tipo de turismo se tornou uma estratégia significativa para o desenvolvimento econômico e cultural de diversas regiões ao redor do mundo. No Nordeste, produções como: O Auto da Compadecida (1998) e Velho Chico (2016), impulsionaram o interesse turístico em determinadas áreas, promovendo o patrimônio cultural e natural do país. De acordo com Hudson e Ritchie (2006), o turismo

cinematográfico é definido como a visitação a locais que serviram de cenário para produções audiovisuais. Gastal (2005, p. 70) destaca que "consumimos não só produtos, mas também imaginários, idealizações e sentimentos guardados cuidadosamente no coração de cada um, como algo muito precioso".

Com o advento das plataformas de streaming, o impacto desse segmento turístico tem crescido exponencialmente. Segundo O'Connor e Flanagan (2008), o turismo cinematográfico pode gerar impacto positivo na economia local por meio do aumento da visitação, geração de empregos e fortalecimento de setores como gastronomia e hotelaria. No Brasil, a cidade de Paraty registrou um crescimento significativo no fluxo de turistas após servir de cenário para novelas da TV Globo, Santos (2019) e Beeton (2016) ressalta que a exposição midiática pode contribuir para a preservação e valorização do patrimônio cultural, promovendo um sentimento de pertencimento entre os moradores locais e atraindo investimentos para a conservação histórica.

O Brasil possui um potencial significativo para o turismo cinematográfico, filmes como Central do Brasil e Cidade de Deus, localidades brasileiras para o público internacional. Novelas também desempenham um papel fundamental, como é o caso de Velho Chico, que despertou o interesse turístico pelo rio São Francisco e regiões ribeirinhas (Ferreira 2020). A novela Velho Chico, exibida pela TV Globo em 2016, teve grande parte de suas filmagens em localidades ao longo do rio São Francisco, incluindo o município de Canindé de São Francisco, em Sergipe. Conforme estudos realizados por Oliveira (2021), a exibição da novela resultou no aumento da visitação turística na região, favorecendo a economia local e impulsionando atividades como passeios de barco pelo cânion do Xingó.

O turismo cinematográfico é uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento turístico e econômico de diversas regiões. No caso brasileiro, novelas como Velho Chico demonstram como a arte pode influenciar o turismo e promover destinos pouco explorados anteriormente. A particularidade da produção, o roteiro fascinante e as atuações inesquecíveis proporcionaram a Velho Chico o reconhecimento tanto da crítica especializada quanto do público. A novela foi indicada e premiada em diversos festivais e premiações, consagrando-se como um dos grandes sucessos da teledramaturgia brasileira.

Um dos prêmios mais importantes conquistados por Velho Chico foi o Grande Prêmio da Crítica de Televisão, concedido pela APCA (Associação Paulista de Críticos de Arte) a Domingos Montagner, na categoria "Novela". A premiação, foi realizada em 2017, e homenageou a atuação marcante do ator, que interpretou o protagonista Santo dos Anjos na trama. A escolha de Domingos Montagner como o grande vencedor da categoria "Novela"

foi um reconhecimento à sua entrega e talento na interpretação de Santo dos Anjos. O ator, que faleceu tragicamente durante as gravações da novela, emocionou o público com sua atuação sensível e apaixonada. A APCA, ao premiar Domingos Montagner, prestou uma homenagem justa e merecida a um dos grandes talentos da teledramaturgia brasileira.

O Extra Television Awards, promovido pelo jornal Extra, também reconheceu o talento do elenco de Velho Chico. Na edição de 2016, Domingos Montagner e Rodrigo Santoro foram eleitos os Melhores Atores, dividindo o prêmio¹. A novela também foi eleita a Melhor Novela daquele ano, consagrando-se como um dos grandes sucessos da teledramaturgia brasileira.

A premiação de Domingos Montagner e Rodrigo Santoro como Melhores Atores foi um reconhecimento à qualidade das suas atuações em Velho Chico. Domingos Montagner, como já mencionado, emocionou o público com sua interpretação de Santo dos Anjos, enquanto Rodrigo Santoro, que fez uma participação especial na novela como Afrânio (jovem), encantou com sua atuação marcante e intensa. Além da premiação de Domingos Montagner e Rodrigo Santoro, Velho Chico também foi eleita a Melhor Novela do ano², confirmando o sucesso da trama junto ao público e à crítica especializada. A novela concorreu com outras produções de destaque da Rede Globo, mas a sua história envolvente, a beleza das paisagens e as atuações memoráveis garantiram-lhe o prêmio de Melhor Novela. O prêmio Melhores do Ano, promovido pelo programa Domingão do Faustão, também reconheceu o sucesso de Velho Chico.

A novela foi a produção com mais indicações na premiação, concorrendo em diversas categorias, como: Melhor Ator, Melhor Atriz, Melhor Ator Revelação e Melhor Atriz Revelação. A grande quantidade de indicações de Velho Chico no prêmio Melhores do Ano demonstra o impacto da novela junto ao público e à crítica. A trama, com sua história envolvente, personagens cativantes e paisagens deslumbrantes, conquistou o coração dos brasileiros e se consagrou como um dos grandes sucessos da teledramaturgia nacional.

¹ Informações disponíveis em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/nilsonxavier/2016/11/30/apca-elege-osmelhores-do-ano-na-tv-velho-chico-e-justica-lideram-premios/>

² Informações disponíveis em: https://gshow.globo.com/tv/noticia/2016/12/velho-chico-e-novela-com-maisindicacoes-no-melhores-do-ano.html?utm_source=chatgpt.com

O reconhecimento de Velho Chico não se limitou ao Brasil. A novela foi indicada ao Emmy Internacional, um dos prêmios mais importantes da televisão mundial, na categoria de Melhor Telenovela³. A indicação foi um reconhecimento à qualidade da produção, ao roteiro envolvente e às atuações memoráveis do elenco e colocou Velho Chico em evidência no cenário mundial, demonstrando a qualidade da teledramaturgia brasileira e o seu potencial para conquistar o público internacional. A novela, com sua história universal sobre amor, família, poder e preservação ambiental, emocionou e encantou telespectadores de diversos países.

³ Informações disponíveis em: <https://folhadomate.com/variedades/tudo-e-todas/velho-chico-e-indicada-aoemmy-internacional-na-categoria-de-melhor-novela/>

3. IMAGEM E IMAGINÁRIO - A FORMAÇÃO DA IMAGEM TURÍSTICA E SEUS IMPACTOS NA EXPERIÊNCIA DO VIAJANTE

A construção da imagem e do imaginário no turismo é um tema amplamente discutido por pesquisadores brasileiros, sendo essencial para compreender como os destinos turísticos atraem visitantes e influenciam suas experiências. Conforme aponta Gastal (2005), a imagem de um local é composta por representações e percepções criadas pelos indivíduos ou grupos, enquanto o imaginário corresponde às construções simbólicas e culturais que moldam essas percepções.

Diferentes formas de comunicação, como o cinema, a literatura e as mídias digitais, desempenham um papel fundamental nesse processo, contribuindo para a maneira como os turistas enxergam determinados lugares. Dalchiavon (2010) destaca que os relatos de viagem e as produções ficcionais possuem um impacto significativo na formação do imaginário turístico, influenciando a escolha dos destinos pelos visitantes. Nesse sentido, Chagas (2022) analisa a forma como o cinema internacional representa o Brasil e afeta a percepção dos turistas estrangeiros sobre o país. Dessa maneira, a imagem de um destino turístico não deve ser vista apenas como um reflexo da realidade, mas como um elemento construído socialmente a partir de diversas influências.

Segundo Coutinho, Faria e Faria (2016), a percepção dos turistas sobre determinado destino é amplamente moldada por conteúdos midiáticos, que reforçam características específicas e criam expectativas sobre a experiência que será vivenciada. Campanhas publicitárias e a disseminação de imagens em redes sociais contribuem diretamente para esse processo, podendo gerar impressões positivas ou negativas sobre um lugar. Gastal (2005) aponta que a ressignificação da imagem de um destino pode ser extremamente importante para que ele possa ser reinserido no mercado turístico, o que pode ser observado em cidades que superaram estereótipos negativos por meio de novas abordagens promocionais e de reposicionamento midiático.

O conceito de imaginário turístico está fortemente vinculado à experiência dos viajantes. De acordo com Dalchiavon (2010), os turistas não apenas visitam um local, mas buscam vivenciar narrativas pré-estabelecidas sobre aquele destino. Esse fator está relacionado à procura por experiências autênticas, que reforcem a imagem idealizada do lugar visitado. No entanto, o imaginário turístico também pode resultar em representações artificiais ou

cenográficas, criadas para atender às expectativas dos visitantes, como aponta MacCannell (1976). Por outro lado, Coutinho et al. (2016) indicam que essa dramatização da cultura local pode por um lado comprometer a autenticidade do destino, mas por outro lado pode enriquecer a experiência do turista.

Com o avanço das redes sociais e das plataformas digitais de compartilhamento de experiências, a construção da imagem turística tornou-se um processo mais dinâmico e participativo. Chagas (2022) observa que, na atualidade, os turistas não apenas consomem imagens dos destinos, mas também produzem e divulgam ativamente essas representações, influenciando a percepção de outros viajantes. Essa nova realidade transforma a forma como os destinos são promovidos e percebidos no cenário global. Entretanto, o impacto das mídias digitais também apresenta desafios, como a propagação de imagens idealizadas que nem sempre correspondem à realidade do destino. Nesse contexto, Gastal (2005, p. 76) observa que o imaginário resulta de "leituras pessoais ou coletivas de fatos ou objetos que correspondem à visão de alguém ou de um grupo sobre esses fatos e acontecimentos em um determinado momento".

Dessa forma, a relação entre imagem, imaginário e turismo se mostra complexa e multifacetada. Enquanto a construção da imagem influencia as expectativas dos viajantes, o imaginário tem um papel fundamental na maneira como a experiência turística é percebida. Estudos conduzidos por Gastal (2005), Dalchiavon (2010) e Chagas (2022) evidenciam que compreender essas dinâmicas é essencial para uma gestão turística eficaz, permitindo que os destinos sejam promovidos de forma estratégica e sustentável.

3.1. Cinematografia – A construção de destinos através das imagens

A cinematografia pode ser compreendida como a arte e a técnica de capturar imagens em movimento, utilizando recursos como enquadramento, iluminação, composição e movimentação de câmera para contar histórias visuais de maneira eficaz. Segundo Ramos (2012), a cinematografia constitui a base da produção audiovisual, sendo essencial para a criação de atmosferas, a construção de uma identidade visual e a manipulação da percepção do espectador. Assim, compreender seus elementos fundamentais e sua evolução ao longo do tempo é essencial para analisar o impacto da linguagem cinematográfica na produção audiovisual. A história da cinematografia remonta ao final do século XIX, com os irmãos Lumière, que foram pioneiros na projeção de imagens em movimento. No Brasil, o cinema surgiu em 1896, quando foram exibidos os primeiros filmes no Rio de Janeiro.

De acordo com Bernardet (1995), desde suas origens, o cinema brasileiro buscou equilibrar as influências estrangeiras e a construção de uma identidade própria, utilizando a cinematografia como um instrumento tanto narrativo quanto estético. A evolução da cinematografia foi marcada por inovações técnicas e estilísticas, como a introdução do som sincronizado na década de 1920 e a popularização da cor a partir dos anos 1930.

A cinematografia é composta por diversos elementos essenciais, incluindo a iluminação, a composição do quadro e os movimentos de câmera. A iluminação, por exemplo, é um dos aspectos mais importantes, pois influencia diretamente a atmosfera da cena e a percepção emocional do público. Segundo Xavier (2001), desde suas origens, o cinema brasileiro buscou equilibrar as influências estrangeiras e a construção de uma identidade própria, utilizando a cinematografia como um instrumento tanto narrativo quanto estético. Técnicas como o *chiaroscuro*, popularizado no cinema expressionista alemão, e a iluminação de três pontos, amplamente utilizada em Hollywood, demonstram como a cinematografia pode moldar o impacto visual das imagens.

Outro aspecto fundamental é a composição do quadro, que envolve a organização dos elementos dentro da cena. A regra dos terços, por exemplo, é um princípio amplamente utilizado na cinematografia para criar equilíbrio visual. Além disso, o uso da profundidade de campo pode enfatizar ou minimizar determinados elementos na cena, influenciando a forma como o público percebe a narrativa. Segundo Aumont e Marie (2009), a composição visual não se limita a um aspecto estético, mas funciona como uma estratégia para orientar o olhar do público e reforçar a expressividade da história. Os movimentos de câmera também desempenham um papel essencial na cinematografia, permitindo maior dinamismo e imersão na narrativa. Técnicas como o *travelling*⁴, o *pan*⁵ e o *tilt*⁶ são frequentemente empregadas para guiar o olhar do espectador e enfatizar a ação dentro do quadro. No Brasil,

⁴ **Travelling** é uma técnica de movimentação de câmera na qual a câmera se desloca fisicamente pelo espaço, seja para frente, para trás, lateralmente ou em torno de um objeto ou personagem. Esse movimento pode ser realizado com trilhos, gruas, steadicams ou drones, criando um efeito dinâmico que imerge o espectador na cena e reforça a narrativa visual.

⁵ **Pan** é um movimento de câmera no qual a câmera gira horizontalmente para a esquerda ou para a direita a partir de um ponto fixo, sem alterar sua posição no espaço. Essa técnica é frequentemente utilizada para acompanhar a ação, revelar novos elementos no quadro ou criar uma sensação de continuidade na cena.

⁶ **Tilt** é um movimento de câmera no qual a câmera se inclina verticalmente para cima ou para baixo a partir de um ponto fixo. Esse movimento é comumente empregado para destacar a altura de um objeto ou personagem, transmitir emoções específicas ou direcionar o olhar do espectador dentro do enquadramento.

cineastas como Glauber Rocha revolucionaram a cinematografia nacional ao adotar movimentos de câmera inovadores e enquadramentos não convencionais.

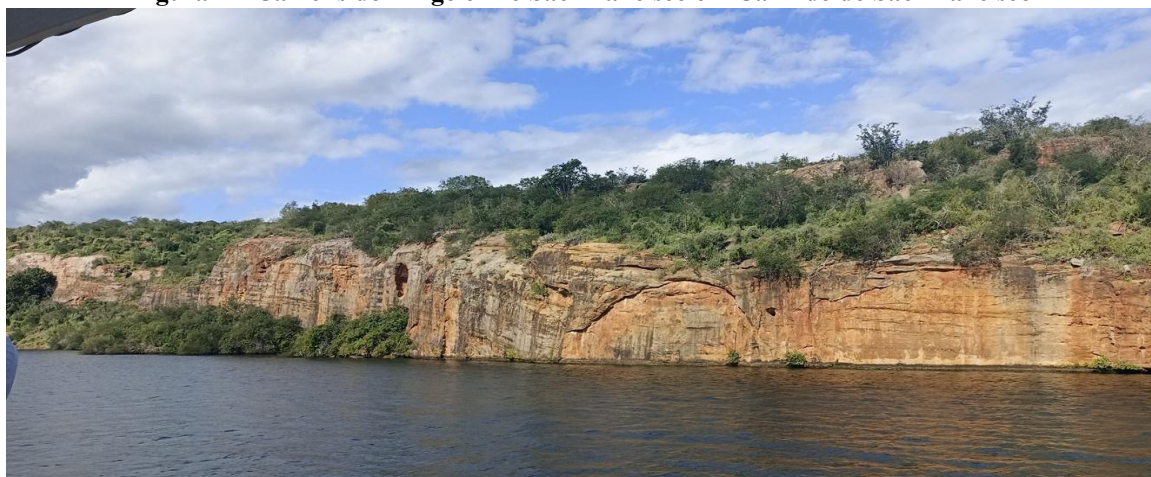
O avanço da tecnologia digital trouxe mudanças significativas para a cinematografia contemporânea. Com a introdução de câmeras digitais de alta definição e softwares avançados de edição, os cineastas passaram a ter maior liberdade criativa e acesso a ferramentas mais acessíveis para a produção de filmes. De acordo com Ramos (2018), a digitalização do cinema expandiu as possibilidades narrativas e estéticas da linguagem audiovisual, facilitando a experimentação e a inovação na produção cinematográfica. No contexto brasileiro, a cinematografia tem sido amplamente explorada por diretores como Fernando Meirelles, Walter Salles e Kleber Mendonça Filho, cujas obras demonstram um uso sofisticado dos recursos cinematográficos. Em *Cidade de Deus* (2002), por exemplo, Meirelles emprega uma cinematografia dinâmica e fragmentada para representar a violência e o caos das favelas cariocas. Já em *Bacurau* (2019), Mendonça Filho utiliza enquadramentos amplos e movimentos de câmera sutis para criar uma atmosfera de tensão e mistério.

A cinematografia é, portanto, um dos elementos mais importantes do cinema, influenciando diretamente a forma como as histórias são contadas e percebidas pelo público. Seu desenvolvimento ao longo da história reflete as transformações tecnológicas e estéticas da sétima arte, consolidando-se como uma ferramenta fundamental para a construção da linguagem audiovisual. Como conclui Xavier (2008), a cinematografia não se resume apenas à captura de imagens, mas constitui uma linguagem própria, capaz de provocar emoções, reflexões e criar novas realidades.

4. INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS - UMA ABORDAGEM ANALÍTICA

As entrevistas buscaram compreender a percepção dos entrevistados sobre o impacto da novela Velho Chico no turismo local, abrangendo aspectos como o aumento do fluxo de visitantes, a mudança na demanda por serviços turísticos, o impacto econômico e as estratégias públicas para potencializar esse segmento. Os dados foram analisados qualitativamente, categorizando as respostas conforme os principais eixos temáticos emergentes. Além disso, os relatos foram cruzados com referenciais teóricos sobre turismo cinematográfico, de modo a embasar academicamente as inferências realizadas. Os resultados das entrevistas evidenciam que a novela Velho Chico teve um impacto significativo na visibilidade turística de Canindé do São Francisco e Xingó, impulsionando a curiosidade de turistas sobre os cenários naturais e culturais apresentados na trama como o cenário é tratado na (figura 1).

Figura 1 – Cânions do Xingó e Rio São Francisco em Canindé do São Francisco



Fonte: Beatriz Agnes Costa Bosco, 2022

Segundo Barbosa (2018), o turismo cinematográfico tem o potencial de despertar o desejo de visitação a locais retratados na teledramaturgia, fenômeno que se manifestou claramente nas respostas dos entrevistados que destacaram os cânions mostrados na (figura 2) como um dos locais mais procurados.

Figura 2 – Cânions de Xingó em Canindé de São Francisco



Fonte: Beatriz Agnes Costa Bosco, 2022

Os guias de turismo entrevistados relataram um aumento na procura por atrativos específicos que foram cenários da novela, como o Cânion de Xingó e as margens do Rio São Francisco. Werllen Moura destacou que "Mangue Seco e Xingó são reflexos nítidos dessa exposição em mídia nacional através de novelas e afins"⁷. Naime Menezes De Melo também enfatizou que a novela deu "visibilidade ao local, além do superficial já conhecido como os cânions"⁸. Felipe, da agência Aracaju Turismo, confirmou esse impacto positivo, destacando que "a divulgação nacional trouxe mais turistas para Canindé e Xingó"⁹. De acordo com Santos (2020), o turismo cinematográfico pode contribuir para a revalorização do espaço geográfico, influenciando a escolha do destino turístico e aumentando a permanência dos visitantes em locais refratados na novela, como pode ser visto na (figura 3).

⁷ Werllen Moura entrevista concedida em 03/02/2025

⁸ Naime Menezes De Melo entrevista concedida em 09/01/2025

⁹ Felipe entrevista concedida em 12/02/2025

Figura 3 - Vista do Rio São Francisco em Canindé de São Francisco



Fonte: Beatriz Agnes Costa Bosco, 2022

Embora a Secretaria de Turismo de Canindé do São Francisco não possua estudos formais sobre o impacto econômico direto da novela, Carlos Moisés relatou que houve o surgimento de novos empreendimentos turísticos inspirados na obra. Segundo ele, "temos empreendimentos turísticos que surgiram logo após a novela e recebem nomes de personagens, da própria novela, bem como espaços turísticos" ¹⁰. Entre esses empreendimentos que surgiram ou foram fortalecidos após a novela, estão: O Rancho Velho Chico que está localizado à beira do Rio São Francisco, e oferece acomodações com vista para o rio e acesso a atividades de lazer, o Hotel Águas do Velho Chico um estabelecimento que proporciona aos hóspedes uma experiência imersiva na cultura ribeirinha, com vistas panorâmicas do rio e proximidade dos principais pontos turísticos da região, Paraíso no Velho Chico uma casa de temporada que oferece conforto e privacidade aos visitantes, com acesso direto ao rio e estrutura completa para estadias prolongadas, e o Restaurante

¹⁰ Carlos Moisés entrevista concedida em 24/01/2025

Karrancas que além de ser ponto de partida para os passeios aos Cânions do Xingó, o restaurante oferece gastronomia local e estrutura para receber grandes grupos de turistas.

Esse fenômeno está alinhado à teoria de Gomes (2019), que argumenta que a teledramaturgia pode estimular o desenvolvimento do turismo ao promover a identidade cultural local. Um aspecto relevante abordado pelos entrevistados foi o impacto da morte do ator Domingos Montagner, protagonista da novela. Inicialmente, o evento causou cancelamentos de passeios por receio dos visitantes, mas posteriormente despertou curiosidade e transformou-se em um novo ponto de interesse turístico. Como afirmou um dos guias de turismo, "logo que aconteceu, a busca era para saber onde o ator morreu"¹¹. Naime Menezes também destacou que "a procura pelo local que o ator Domingos Montagner se acidentou aumentou, e ao mesmo tempo gerou medo de se banhar até mesmo nos lugares apropriados do rio"¹². Felipe complementou que "atraiu mais curiosos"¹³. Eloisa Melo reforçou que "até hoje os turistas querem saber sobre o fato"¹⁴. Esse fenômeno ilustra o conceito de "tanatoturismo", explorado por Silva (2017), que analisa o interesse turístico por locais associados à morte e tragédias. Apesar dos impactos positivos, os entrevistados destacaram a ausência de infraestrutura específica para consolidar o turismo cinematográfico no município.

Carlos Moisés pontuou que "ainda falta investir em equipamentos e espaços que remontem a tudo que já foi filmado".¹⁵ Felipe sugeriu que "investimentos em tráfego pago nas redes sociais, criação de pontos instagramáveis e maior divulgação em outros estados seriam fundamentais para ampliar o impacto turístico da novela"¹⁶. Eloísa Melo apontou que "a sensibilização e envolvimento dos moradores de Canindé é essencial para estruturar melhor essa demanda".¹⁷ Segundo Almeida (2021), a valorização do turismo cinematográfico requer estratégias de marketing integradas que explorem a memória afetiva dos visitantes e potencializem o engajamento com os destinos turísticos. Quando questionados sobre o potencial de longo prazo do turismo cinematográfico, a maioria dos entrevistados demonstrou otimismo. A guia Andreza de Jesus Farias afirmou que "a novela colocou

¹¹ Naime Menezes De Melo entrevista concedida em 09/01/2025.

¹² Naime Menezes De Melo entrevista concedida em 09/01/2025

¹³ Felipe entrevista concedida em 12/02/2025

¹⁴ Eloisa Melo entrevista concedida em 21/02/2025

¹⁵ Carlos Moisés entrevista concedida em 24/01/2025

¹⁶ Felipe entrevista concedida em 12/02/2025

¹⁷ Eloisa Melo entrevista concedida em 21/01/2025

Canindé de São Francisco no radar nacional, despertando o interesse pelas belezas naturais do Rio São Francisco, pela cultura ribeirinha e pela história da região"¹⁸. A literatura reforça essa perspectiva. Rocha (2022) argumenta que a captação de novas produções audiovisuais e o investimento em eventos culturais podem garantir a sustentabilidade do turismo cinematográfico em longo prazo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A novela "Velho Chico" desempenhou um papel fundamental na formação da imagem turística de Canindé de São Francisco e da região do Rio São Francisco. As paisagens exibidas na teledramaturgia criaram um imaginário de beleza natural e cultura ribeirinha, despertando o interesse de visitantes em conhecer os cenários reais da trama. A valorização dos elementos culturais locais, como a música nordestina, a culinária típica e as tradições dos ribeirinhos, também contribuiu para a consolidação dessa imagem. De acordo com as entrevistas realizadas com profissionais do setor turístico, houve um aumento significativo na procura por atrativos específicos que apareceram na novela, como o Cânion de Xingó e as margens do Rio São Francisco. Além disso, empreendimentos turísticos passaram a utilizar referências da novela para atrair visitantes, nomeando estabelecimentos com títulos inspirados na trama. Esses dados reforçam a importância do turismo cinematográfico como estratégia de desenvolvimento regional. O impacto econômico do turismo cinematográfico se reflete no aumento da demanda por serviços turísticos, como hospedagem, alimentação e transporte.

O crescimento no fluxo de visitantes impulsiona a geração de empregos e fortalece setores como a hotelaria e a gastronomia local. Segundo O'Connor e Flanagan (2008), o turismo cinematográfico pode contribuir para a revitalização econômica de destinos turísticos, gerando novas oportunidades de negócios e promovendo a identidade cultural local. No caso de Canindé de São Francisco, a novela "Velho Chico" estimulou o desenvolvimento do turismo na região, promovendo uma maior valorização do Rio São Francisco como patrimônio cultural e natural. A Secretaria de Turismo do município relatou o surgimento de novos empreendimentos turísticos e o crescimento no interesse por passeios de barco pelo Cânion de Xingó.

¹⁸ Andreza de Jesus Farias entrevista concedida em 22/01/2025

Entretanto, apesar dos impactos positivos, os entrevistados apontaram desafios para a consolidação do turismo cinematográfico na região. A falta de infraestrutura adequada, a ausência de investimentos em divulgação e a necessidade de sensibilização dos moradores locais foram alguns dos aspectos mencionados. Para maximizar os benefícios econômicos e minimizar os impactos negativos, como a degradação ambiental e a gentrificação, é fundamental a implementação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento sustentável do turismo cinematográfico. No caso de Canindé de São Francisco, iniciativas como festivais de cinema, roteiros temáticos inspirados na novela e parcerias com o setor audiovisual poderiam fortalecer a atratividade do destino.

Além disso, estratégias de marketing digital e o uso de redes sociais para promover os cenários de "Velho Chico" podem ampliar a visibilidade do município para um público nacional e internacional. A colaboração entre o setor público e privado é essencial para o desenvolvimento sustentável do turismo cinematográfico. A criação de incentivos para a produção de novos conteúdos audiovisuais na região e o investimento em infraestrutura turística são medidas fundamentais para garantir o sucesso desse segmento no futuro. Entre as alternativas que podem ser exploradas em Sergipe, destacam-se a criação de centros de interpretação do turismo cinematográfico, onde visitantes possam vivenciar experiências imersivas sobre os bastidores das gravações; a instalação de sinalizações turísticas que identifiquem os cenários utilizados na novela; a oferta de pacotes turísticos integrados com hospedagem, gastronomia e passeios guiados; e a realização de workshops e capacitações voltadas para empreendedores locais interessados em alinhar seus negócios à temática da novela. O turismo cinematográfico é um fenômeno de grande relevância para a promoção de destinos turísticos e o desenvolvimento econômico regional.

A novela "Velho Chico" demonstrou o potencial desse segmento, impulsionando o turismo em Canindé de São Francisco e valorizando a cultura ribeirinha do Rio São Francisco. Os impactos positivos da novela na visibilidade turística da região evidenciam a importância de estratégias que integrem a teledramaturgia ao planejamento turístico. Investimentos em infraestrutura, marketing e capacitação profissional são essenciais para consolidar o turismo cinematográfico como um motor de desenvolvimento sustentável. Dessa forma, este estudo contribui para a compreensão da relação entre mídia e turismo, destacando a necessidade de políticas públicas que aproveitem o potencial das produções audiovisuais na promoção de destinos turísticos. O turismo cinematográfico, quando bem estruturado, pode atuar como um vetor de crescimento econômico e valorização cultural, beneficiando tanto os visitantes quanto as comunidades locais.

REFERÊNCIAS

AUMONT, J.; MARIE, M. **A estética do filme**. Papirus, 2009.

BARBOSA, Carla. **Turismo cinematográfico e sua influência na escolha de destinos turísticos**. Recife: UFPE, 2018.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. Editora SENAC, 2006.

BERNARDET, J. **Cinematografia brasileira: Dos primórdios ao moderno**. Companhia das Letras, 1995.

BEETON, Sue. **Film-induced tourism**. 2. ed. Bristol: Channel View Publications, 2016.

BRASIL DE FATO. **'Ainda Estou Aqui' faz história e vence prêmio de Melhor Filme Internacional no Oscar**. Brasil de Fato, São Paulo, 3 mar. 2025. Disponível em: https://www.brasildefato.com.br/2025/03/03/ainda-estou-aqui-faz-historia-e-vence-premio-de-melhor-filme-internacional-no-oscar/?utm_source. Acesso em: 17 set. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CANCLINI, N. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. Editora UFMG, 1995.

CHAGAS, Eduardo. **A representação do Brasil no cinema internacional e seu impacto na percepção turística**. São Paulo: Editora Cultura, 2022.

CHAGAS, V. O. das. **Cinema, imaginário e turismo: a imagem do Brasil representada pela indústria cinematográfica internacional e seus efeitos no turismo**. 2022.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Estação Liberdade, 2001.

CNC. **Breve Histórico do Turismo e da Hotelaria**. [S.l.]: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2010.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Breve história do turismo e da hotelaria**. Rio de Janeiro, 2005.

COUTINHO, Júlio; FARIA, Mônica; FARIA, Roberto. **Imagem e imaginário turístico: uma abordagem teórica e empírica**. Belo Horizonte: UFMG, 2016.

- DALCHIAVON, Bruna. **O imaginário turístico e a experiência de viagem**: perspectivas teóricas. Curitiba: Editora Acadêmica, 2010.
- FERREIRA, Tadeu. **Novelas e turismo**: os impactos de Velho Chico no turismo nordestino. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2020.
- GASTAL, Susana. **Turismo e imaginário**: representações e construção da imagem dos destinos turísticos. Porto Alegre: UFRGS, 2005.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIOVANNINI, H. A. **Fenomenologia do Turismo**. [S.l.]: [s.n.], 2012.
- GOMES, Ricardo. **A influência da teledramaturgia no desenvolvimento do turismo cultural**. Fortaleza: Editora Universitária, 2019.
- HALL, C. M. **Cultural Heritage and Tourism in the Developing World**: A Regional Perspective. Routledge, 2003.
- HALL, C. M. **Tourism and Social Justice**: Towards Inclusive Sustainable Development. Channel View Publications, 2015.
- HAYATA, Kívea Sarmiento; MADRIL, Marília Letícia. **Turismo cinematográfico**: Um novo segmento para o desenvolvimento turístico. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2009.
- HUDSON, Simon; RITCHIE, J.R. Brent. **Film tourism and destination marketing**: the case of Captain Corelli's Mandolin. Journal of Vacation Marketing, v. 12, n. 3, p. 256-268, 2006.
- MACCANNELL, Dean. **The tourist**: A new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1976.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MELO, Naime Menezes de; KÖRÖSSY, Máira. **Turismo cinematográfico no Brasil**: desafios e oportunidades. São Paulo: Senac, 2021.
- MELO, Priscila F. C.; KÖRÖSSY, Nathália. **Estratégias para o desenvolvimento do turismo cinematográfico**: um guia prático. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.
- MICHEL, Maria. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 2.ed, São Paulo, Editora Atlas, 2007.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cinematográfico Brasileiro**. [S.d] disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cinematografico-brasileiro.pdf>. Acesso: 03/09/2024.
- MONTANARI, M. **Comida**: Uma história cultural. Editora Estação Liberdade, 2017.

OLIVEIRA, Felipe. **Impactos da novela Velho Chico no turismo do Nordeste brasileiro**. Recife: UFPE, 2021.

O'CONNOR, Noelle; FLANAGAN, Sheila. **Film tourism** – an emerging market segment: identifying a growth market segment in Ireland. *Tourism and Hospitality Research*, v. 8, n. 2, p. 136-144, 2008.

PEREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural**. Uma visão antropológica. Tenerife, España: ACA y PASOS, RTPC, 2009.

PINTO, Débora Regina Garcia. **Fenomenologia do turismo**. IFCE/UAB, Fortaleza, 2010.

RAMOS, F. **O cinema e a linguagem cinematográfica**. Jorge Zahar Editor, 2012.

RAMOS, F. **Cinema digital**: Transformações e desafios. Editora Perspectiva, 2018.

ROCHA, Gabriel. **Eventos culturais e captação de produções audiovisuais como estratégias para o turismo cinematográfico**. Salvador: UFBA, 2022.

ROCHA, G. **Estética da fome**. Revista Civilização Brasileira, 1965.

SANTOS, Carla. **A relação entre telenovelas e o crescimento do turismo**: o caso de Paraty. Rio de Janeiro: UFRJ, 2019.

SANTOS, Marcos. **Turismo cinematográfico e a valorização do espaço geográfico**. São Paulo: USP, 2020.

SILVA, Patrícia. **Tanatoturismo**: o fascínio por locais associados à morte e tragédias. Porto Alegre: PUCRS, 2017.

SOUZA, Luana Aracelly Oliveira Vale De. **Turismo cinematográfico**: A influência da sétima arte sobre a atividade turística em Cabaceiras-PB. (Monografia) Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte, Natal, 2015.

UNESCO. **Sustainable Cultural Tourism**. Paris, 2010. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark%3A/48223/pf0000128679>.

XAVIER, I. **O discurso cinematográfico**. Paz & Terra, 2001.

XAVIER, I. **A linguagem do cinema e suas transformações**. Edusp, 2008.

APÊNDICES



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA O TURISMO DE
SERGIPE**

Entrevista para Guias de turismo

1. Qual o seu nome?
2. Como você acredita que a novela "Velho Chico" influenciou o fluxo de turistas para a cidade de Canindé do São Francisco?
3. Você relatou um aumento no número de turistas que buscam atrações específicas relacionadas à novela?
4. Quais são as principais características do turista que busca o turismo cinematográfico em Sergipe (faixa etária, origem, interesses)?
5. Em relação ao falecimento do protagonista da novela o ator Domingos Montagner durante as gravações da novela, qual impacto isso gerou para os turistas e para os moradores locais?
6. Como você classifica o interesse dos turistas por produtos ou serviços relacionados à novela, como visitas a cenários, museus ou exposições temáticas?
7. Houve mudanças nos tipos de pacotes turísticos oferecidos por você, com a inclusão de roteiros inspirados na novela "Velho Chico"?
8. Você acredita que as filmagens de novelas e séries podem ser um diferencial competitivo para o turismo de Sergipe em relação a outros estados?

9. Quais desafios você enfrentou ao adaptar os serviços de turismo para atender à demanda gerada pela novela "Velho Chico"?
10. Qual é a principal motivação dos turistas que visitam os locais da novela: o apelo cultural, histórico ou a identificação com a trama?
11. Na sua opinião, quais ações podem ser tomadas pelo poder público para ampliar a demanda turística gerada pela novela "Velho Chico" em Sergipe?



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA O TURISMO DE
SERGIPE**

Entrevista para donos de agência de turismo

1. Qual o seu nome e qual o nome da sua agência?
2. Como você acredita que a novela "Velho Chico" influenciou o fluxo de turistas para as cidades de Sergipe que participaram das gravações?
3. Quais cidades de Sergipe, associadas à novela, têm recebido mais turistas desde a exibição do programa?
4. Você relatou um aumento no número de turistas que buscam atrações específicas relacionadas à novela?
5. Em relação ao falecimento do protagonista da novela o ator Domingos Montagner durante as gravações da novela, qual impacto isso gerou para os turistas e para os moradores locais?
6. Quais são as principais características do turista que busca o turismo cinematográfico em Sergipe (faixa etária, origem, interesses)?
7. Como você classifica o interesse dos turistas por produtos ou serviços relacionados à novela, como visitas a cenários, museus ou exposições temáticas?
8. Houve mudanças nos tipos de pacotes turísticos oferecidos por sua agência, com a inclusão de roteiros inspirados na novela "Velho Chico"?

9. Você acredita que as filmagens de novelas e séries podem ser um diferencial competitivo para o turismo de Sergipe em relação a outros estados?
10. Quais desafios você enfrentou ao adaptar os serviços de turismo para atender à demanda gerada pela novela "Velho Chico"?
11. Qual é a principal motivação dos turistas que visitam os locais da novela: o apelo cultural, histórico ou a identificação com a trama?
12. Na sua opinião, quais ações podem ser tomadas pelo poder público para ampliar a demanda turística gerada pela novela "Velho Chico" em Sergipe?



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**TURISMO CINEMATOGRAFICO: A INFLUÊNCIA DA CULTURA E ARTE
CINEMATOGRAFICA DA NOVELA "VELHO CHICO" PARA A INDÚSTRIA
TURÍSTICA EM SERGIPE**

Entrevista para o turismólogo de Canindé Do São Francisco

1. Como a Secretaria de Turismo de Canindé do São Francisco tem monitorado o impacto econômico da novela "Velho Chico" no município?
2. Houve um aumento na geração de empregos locais devido ao turismo cinematográfico gerado pela novela? Quais setores foram mais impactados?
3. Quais são os principais benefícios econômicos que Canindé do São Francisco tem experimentado desde que a novela foi exibida?
4. Você notou um aumento no consumo de produtos e serviços locais, como hospedagem, alimentação e transporte, devido ao turismo cinematográfico?
5. Em relação ao falecimento do protagonista da novela o ator Domingos Montagner durante as gravações da novela, qual impacto isso gerou para os turistas e para os moradores locais?
6. A Secretaria de Turismo tem investido em infraestrutura para melhorar a experiência do turista cinematográfico? Se sim, quais melhorias foram feitas?
7. De que forma a novela ajudou a divulgar o município de Canindé do São Francisco no cenário nacional e internacional?
8. Você acredita que o turismo gerado pela novela pode ser uma estratégia de longo prazo para o desenvolvimento econômico da cidade?
9. A novela "Velho Chico" gerou algum tipo de parceria ou incentivo financeiro para o desenvolvimento de novos projetos turísticos na região?

10. Quais ações o município pode tomar para garantir que o turismo cinematográfico tenha um impacto positivo e sustentável na economia local?
11. Em sua opinião, qual seria o próximo passo para explorar ainda mais o potencial do turismo cinematográfico em Canindé do São Francisco, aproveitando a fama da novela "Velho Chico"?