





## ESTUDO SOBRE O POTENCIAL DE TURISMO CINEMATOGRAFICO EM BARRA, PARELHAS/ RN – LOCAÇÃO DO FILME BRASILEIRO BACURAU (2019)

A STUDY OF CINEMATOGRAPHIC TOURISM POTENTIAL IN BARRA PARELHAS/RN – LOCATION OF  
THE BRAZILIAN FILM BACURAU (2019)

ESTUDIO SOBRE EL POTENCIAL DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO EN BARRA, PARELHAS/ RN – ES-  
CENARIO DELA PELÍCULA BRASILEÑA BACURAU (2019)

**Bianca Freire Lopes<sup>1</sup>**   
**Michel Jairo Vieira da Silva<sup>1</sup>**   
**Ricardo Lanzarini<sup>1</sup>**   
**Karoliny Diniz Carvalho<sup>2</sup>** 

<sup>1</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil

<sup>2</sup>Universidade Federal do Maranhão, São Bernardo, Brasil

Data de submissão: 14/12/2023 – Data de aceite: 04/04/2024

**Resumo:** O turismo cinematográfico surge como a influência de produções audiovisuais no momento em que os turistas escolhem seus destinos. As obras que são geradas pelo cinema atraem os viajantes, tendo o poder de transformar locais em destinos turísticos. Este estudo tem como objetivo principal entender as condições do turismo cinematográfico na Barra, localizada em Parelhas, no Rio Grande do Norte, onde foi gravada a maior parte das cenas do filme Bacurau (2019). Possui como objetivos específicos: compreender historicamente o filme Bacurau e a comunidade da Barra; caracterizar os elementos fílmicos com potencial para o turismo cinematográfico e propor práticas de turismo cinematográfico passíveis de serem desenvolvidas. A metodologia caracteriza-se como uma abordagem qualitativa de caráter exploratório-descritivo. Desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica e documental, além de uma pesquisa de campo, com uso de instrumento diagnóstico, observações e entrevistas. Como resultado, observou-se o potencial da comunidade da Barra para atender ao turismo cinematográfico, com apresentação de ideias voltadas à visitação a partir dos elementos fílmicos, reconhecendo, contudo, a necessidade de um planejamento e de investimentos públicos, além da capacitação profissional, com vistas à captação de turistas e à estruturação de um roteiro de turismo cinematográfico.

**Palavras-chave:** cinema, segmentação de mercado; turismo cinematográfico; bacurau.

**Bianca:** Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Natal, RN, Brasil. E-mail: biancafreirelopes@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-0910-7368>

**Michel:** Doutor e Mestre em Turismo (UFRN). Professor do Departamento de Turismo - DETUR da UFRN, Natal, RN, Brasil. E-mail: michel.vieira@ufrn.br | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9649-8063>

**Ricardo:** Doutor em Ciências Humanas (UFSC) com Pós-Doutorado em Lazer e Turismo (USP). Professor Adjunto do Departamento de Turismo - DETUR e do Programa de Pós-Graduação em Turismo – PPGTUR, da UFRN, Natal, RN, Brasil. E-mail: ricardo.lanzarini@ufrn.br | Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6817-7177>

**Karoliny:** Doutoranda em Turismo (PPGTUR/UFRN), Natal, RN, Brasil. Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, São Bernardo, MA, Brasil. E-mail: karolinydiniz@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7059-5087>

**Abstract:** Film tourism arises from the influence of audiovisual productions when tourists are choosing a destination to visit. Cinematic productions attract travelers and have the power to transform places into tourist destinations. The main objective of this study is to understand film tourism in Barra, a rural community in the municipality of Parelhas, in the Brazilian state of Rio Grande do Norte, where most of the scenes of the film Bacurau (2019) were shot. Its specific objectives are: to gain a historical understanding of the film Bacurau and the community of Barra; to characterize the filmic elements that have potential for film tourism; and to propose film tourism practices that could be developed. The methodology is characterized as a qualitative, with an exploratory-descriptive approach. Bibliographical and documentary research were carried out, as well as Field research using diagnostic instruments, observations and interviews. The results of the study showed that the village of Barra has potential for film tourism, and some ideas are presented for visitation based on elements of the film. However, it is recognized that there is a need for planning and public investment, as well as professional training, in order to attract tourists and structure a film tourism itinerary

**Keywords:** movie; marketing segmentation; film tourism; bacurau.

**Resumen:** El turismo cinematográfico surge de la influencia de las producciones audiovisuales a la hora de que los turistas elijan sus destinos. Las obras generadas por el cine atraen a los viajeros y tienen el poder de transformar lugares en destinos turísticos. El objetivo principal de este estudio es comprender las condiciones del turismo cinematográfico en Barra, ubicada en Parelhas, Rio Grande do Norte, donde se rodaron la mayoría de las escenas de la película Bacurau (2019). Sus objetivos específicos son: conocer históricamente la película Bacurau y la comunidad de Barra; caracterizar los elementos filmicos con potencial para el turismo cinematográfico; y proponer prácticas de turismo cinematográfico que podrían desarrollarse. La metodología se caracteriza por ser cualitativa, exploratoria-descriptiva. Se llevó a cabo una investigación bibliográfica y documental, así como una investigación de campo mediante instrumentos de diagnóstico, observaciones y entrevistas. Como resultado, se observó el potencial de la comunidad de Barra para atender al turismo cinematográfico, con la presentación de ideas dirigidas a la visitación basada en elementos cinematográficos, al tiempo que se reconoció la necesidad de planificación e inversión pública, así como de formación profesional con vistas a atraer turistas y estructurar un itinerario de turismo cinematográfico.

**Palabras clave:** cine, segmentación del mercado; turismo cinematográfico; bacurau.

## INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas e as novas formas de organização social decorrentes do processo de globalização econômica e sociocultural diversificaram as práticas de entretenimento e lazer, entre elas a sétima arte (o cinema) e o turismo. Segundo os dados do Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro da Agência Nacional do Cinema (Ancine, 2022), o desempenho do segmento Cinema foi afetado pela pandemia no biênio 2020/2021. Em 2022, verificou-se uma forte recuperação em relação a 2021: o público espectador atingiu um total de 95,3 milhões (contra 52,3 milhões em 2021) e *marketshare* (participação de público dos filmes brasileiros) de 4,2% (contra 1,7% em 2021). O Nordeste foi a região que apresentou o maior aumento do número de salas em relação a 2021: 13,4% (de 529 para 600 salas). Apesar disso, no cenário atual, é perceptível uma queda nos investimentos para a indústria cinematográfica brasileira.

Pontua-se também como cenário das transformações sociais, econômicas, culturais e diante dos avanços tecnológicos, que emergiram novas formas de consumo e distribuição dos produtos audiovisuais, dentre as quais se destacam as plataformas de *streaming* (Blanchet & Fabry, 2020). Essas plataformas ofertam uma gama diversificada de conteúdos – filmes, séries, novelas, programas de variedades – e possibilitam um contato mais fluido e dinâmico dos espectadores em relação às produções audiovisuais, se comparado às formas tradicionais, como a televisão. Acrescenta-se que o usuário pode consumir esses produtos culturais em locais diversos por meio de *tablets*, *TV smart* ou celulares conectados à internet (Gun, 2020).

Os produtos turísticos gerados nessa perspectiva local-mundo são alvo de promoções diversas para despertarem deslocamentos e consumo – o intuito é se consolidar no mercado. Diante disso, tem sido evidente a inter-relação entre os destinos turísticos e os seus usos como cenários para filmes e séries de TV. O uso do cinema como instrumento de divulgação e “sedução” tem impulsionado diversos países a buscarem estratégias de captação de produções audiovisuais que lhes permitam aliar a indústria cinematográfica à difusão de destinos para o turismo. Além de disseminarem a imagem de uma cidade ou lugar, as produções audiovisuais impulsionam o surgimento de um novo segmento turístico chamado de turismo cinematográfico, ou, ainda, cineturismo (Nascimento, 2009).

As regiões onde são filmados os filmes e as séries adquirem maior visibilidade e, conseqüentemente, um importante espaço de publicidade quando o filme alcança sucesso de bilheteria. Até mesmo regiões inóspitas, como o caso do estado de Iowa (EUA) passou a receber, logo após a estreia do filme “Campo dos Sonhos”, cerca de 35 mil visitantes ao ano, de acordo com os dados sobre turismo o cinematográfico disponibilizados pelo Ministério do Turismo (2007). As pessoas

buscam conhecer o estádio de *baseball* que foi cenário da trama do filme.

Apesar de ter um grande potencial de avanço, o turismo cinematográfico ainda é um segmento novo no Brasil, mesmo com diversas localidades que já foram palcos para locações de filmes que se tornaram, posteriormente, destinos turísticos. Exemplos disso são os filmes “Tropa de Elite” e “Cidade de Deus” que retratam a violência nas favelas do Rio de Janeiro (Tavares, Araújo, & Whebber, 2015). Ao invés da exposição da violência afastar os turistas, esta tornou ainda mais atrativa a roteirização das favelas da cidade, transformando-as em destinos turísticos influenciados pelo imaginário cinematográfico (Godoy & Luna, 2012).

Diante disso, as produções audiovisuais podem se tornar um grande diferencial estratégico para os locais que ainda não se tornaram foco de atenção por parte do grande público, como é o caso do povoado nordestino da Barra, localizado no município de Parelhas, no semiárido do estado do Rio Grande do Norte (RN). As paisagens rurais, campesinas e moradias da comunidade serviram para grande parte das locações do premiado Filme Bacurau, lançado no Brasil em agosto de 2019, com roteiro e direção assinados pelos pernambucanos Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles (Figura 1).

Figura 1- Cartaz do filme Bacurau



Fonte: Adoro Cinema, 2019.

A produção recebeu críticas positivas da imprensa nacional e internacional especializada à época do seu lançamento, sendo premiada na categoria Prêmio do Júri do Festival de Cannes (Melhor Filme). A história é caracterizada como distópica, passando num futuro próximo, no sertão do Nordeste brasileiro, tendo como personagem central o próprio povoado (Cardoso, 2020; Sparemberger & Guessser, 2022). O filme teve destaque na bilheteria de salas de cinema do Brasil, sendo também indicado em várias listas internacionais de filmes importantes daquele ano.

A comunidade fictícia retratada no filme localiza-se no estado de Pernambuco, porém, conforme indicado, a maioria das cenas foi gravada no município de Parelhas (RN), especificamente no isolado povoado de Barra, na região do Sertão de Seridó. O município de Parelhas está localizado a 246 km de distância da capital e integra o Polo de Turismo do Seridó, instância de governança regional do Rio Grande do Norte (Taveira, 2023).

A comunidade da Barra situa-se cerca de 23 km do centro de Parelhas e possui menos de 100 habitantes. Ao abrigar as locações do filme Bacurau, o povoado transformou-se em um dos atrativos do município (Taveira, 2023), o que gerou expectativas da gestão pública municipal em fomentar o turismo como atividade econômica complementar à oferta turística disponibilizada na região, que já conta com práticas de turismo cultural, religioso, arqueológico e de aventura, estando o município em questão entre os pertencentes ao Seridó Geoparque Mundial da UNESCO.

Desse modo, acreditando ser necessário entender as condições do distrito para a prática de turismo cinematográfico, o presente estudo busca responder a seguinte questão: “quais as condições do distrito da Barra/Parelhas para desenvolver o turismo cinematográfico baseado no filme Bacurau?” Este estudo tem como objetivo principal entender as condições do turismo cinematográfico no distrito da Barra. Possui os objetivos específicos: a) compreender historicamente o filme Bacurau e a comunidade da Barra; b) caracterizar os elementos fílmicos que podem ser aproveitados no turismo cinematográfico da Barra e c) apontar atividades e práticas potenciais de turismo cinematográfico na comunidade da Barra.

Pretende-se ampliar as discussões sobre as relações entre turismo e cinema, tendo em vista a necessidade de consolidar um campo teórico e metodológico que elucide questões acerca da produção e consumo audiovisual como facilitadoras de trânsitos turísticos. Especificamente, no que se refere às transformações sociais e culturais que determinados lugares podem sofrer a partir da locação de filmes, a pesquisa caminha na direção de estudos que apontam a necessidade da participação social no planejamento da oferta de experiências de turismo cinematográfico, articuladas à gestão responsável da atividade turística.

## REVISÃO TEÓRICA

### O Turismo Cinematográfico

O imaginário em torno dos lugares, dos destinos e das viagens é produzido e consumido pelos diversos grupos sociais, notadamente por meio dos papéis crescentes das mídias e das oportunidades de viajar (Barbas & Graburn, 2012). Desse modo, como argumentado por Gastal (2005), a imagem é um contato visual prévio sobre um lugar que pode levar, ou não, o viajante a pensá-lo como a escolha concreta do seu próximo destino de lazer. Albernaz (2009) evidencia que, na tentativa de comercializar um local turístico, é primordial que ele seja planejado também por meio de imagens que despertem nos possíveis turistas o desejo de consumir os atrativos, os serviços e as experiências que ele pode proporcionar.

Nesse contexto, as produções audiovisuais têm desempenhado um papel relevante na formação e disseminação de imagens dos lugares, com possibilidades de aproximar as narrativas ensejadas nos filmes e os potenciais visitantes. Ao longo de um filme, por exemplo, o espectador pode deparar-se com o novo, com o exótico, com o diferente, conectando-se, em muitos casos, com o enredo, com um determinado personagem e seus dilemas. Os filmes (re) produzem paisagens naturais e culturais que se tornam capazes de envolver mentalmente os espectadores, criando um mecanismo de sedução dos espaços que ensejam uma viagem imaginária inicial na mente dos potenciais visitantes. Conforme Dias (2010) acentua, tanto o cinema como a atividade turística consomem conteúdos similares: a paisagem, a natureza, o valor artístico das tradições se tornam elementos que impulsionam o interesse dos turistas em potencial.

Esse pensamento converge com as análises de Kim (2012), para quem o consumo das imagens e representações de um lugar ou país veiculadas nas produções audiovisuais cria expectativas e imaginações no indivíduo em torno do que ele poderia experimentar ao tornar-se turista. Nesse sentido, e como bem acentua Macionis (2004), existem fatores de impulso (*push*) e de atração (*pull*) que se tornam determinantes na formação da imagem de destino a partir das produções audiovisuais. Os fatores *push* referem-se à autorrealização, status, autoidentidade, nostalgia, fantasia e romance; as motivações *pull* abrangem o local, a personalidade e a *performance*. O local inclui cenários, paisagens, clima, as origens culturais, sociais e de atividades; a personalidade consiste no elenco, personagens e celebridades, já o fator *performance* diz respeito ao tema, ao gênero e ao enredo.

Os espectadores tendem a se sentirem atraídos pelos elementos materiais e simbólicos dos cenários das locações: o desenho das ruas, a arquitetura, a paisagem natural, musicalidade, vestuários, as manifestações culturais tradicionais (Macionis, 2004). Assim, criam-se ou reforçam-se imagens idealizadas que compõem o repertório imaginário dos destinos turísticos. Nesse sentido, o cinema converte-se numa estratégia de formação e disseminação da imagem dos destinos, favorecendo as ações de *marketing* (Campo, Brea, & Toubes Muñiz, 2011; Körössy et al., 2021), ao mesmo tempo em que reforça o potencial de atratividade perante o público consumidor.

Em consequência, o imaginário criado pelas produções audiovisuais, amparado também em outras mídias sociais, materializa-se por meio do deslocamento e da experiência turística vivenciados nesses locais. Na passagem entre a ficção e a realidade, os espectadores tornam-se consumidores/turistas interessados em visitar os lugares desejados visualmente com o objetivo de conhecer, viver e experimentar (Albernaz, 2009; Osácar Marzal et al., 2022). O imaginário criado desperta a curiosidade, estimulando as pessoas a visitarem os lugares que são palcos dos cenários dos filmes e séries, seja para vivenciar experiências semelhantes ao que foi assistido, seja para conhecer os sets de filmagens consagrados pela tela. “[...] O cinema, portanto, funciona como reforço de poderosos símbolos que podem influenciar a escolha do destino de turistas” (BRASIL, 2007, p. 8).

Trigo (2003 *apud* Lacerda, 2014) afirma que o cinema agrega tecnologia e investimentos para o entretenimento e hoje é uma grande indústria capaz de criar mitos e fortunas. Como dito por Brusadin e Rocha (2015), a indústria cultural, à medida que incorpora diferentes formas de entretenimento e desperta imaginários, a partir dos produtos que ela gera, acaba abrindo espaço para o turismo se aliar a outra indústria, a cinematográfica.

As visitas turísticas materializam, por meio do encontro e das práticas sociais a ele relacionadas, o imaginário Impulsionado pelo audiovisual, reforçado por estruturas de apoio e facilidades que são criadas nos lugares/cenários, decorrentes do processo de turistificação, a exemplo dos meios de hospedagem e equipamentos de alimentação, parques temáticos, eventos e festivais, entre outros (Nunes & Carvalho, 2015). Nessa perspectiva, o turismo cinematográfico desencadeia quatro elementos que favorecem uma localidade, a saber: 1) posicionar o destino ou contribuir com a melhoria da sua imagem, 2) estimular a viagem a um lugar (destino), 3) identificar e captar novos segmentos de público e 4) criar uma oferta de turismo cinematográfico (Osácar Marzal, 2020).

Barrado-Timón *et al.* (2022) refletem sobre a representação do espaço nas narrativas audiovisuais e as suas repercussões no território e no turismo, considerando que a cidade também desempenha um papel produtivo importante nessa indústria, implicando a construção de novos discursos urbanos e a mercantilização de discursos e simbolismos construídos anteriormente em termos sociais. A indústria audiovisual, por sua vez, utiliza esses espaços físicos como suporte para promover seus produtos, transformando, mesmo que temporariamente, a sua paisagem cultural.

O Ministério do Turismo descreve o turismo cinematográfico como “[...] deslocamentos motivados para a visita a locais ou atrações que tiveram aparição no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que está inserido, sendo considerado um tipo de turismo específico do segmento cultural” (BRASIL, 2010, p. 22). Nessa perspectiva, o audiovisual e o turismo possuem dois pontos de intersecção e sinergia.

O primeiro, sendo tangível, traz impacto direto no local, resultado da vinda e circulação das equipes de produção para filmar em uma região – produtores, cinegrafistas, atores, técnicos e seus equipamentos de filmagem – estabelecendo grandes demandas de receptivo e a preparação dos sets. O segundo, indireto e intangível, é decorrente do uso de cenários e dos valores culturais e históricos das locações que se tornam vitrines para o mundo todo, a partir das exibições das telas de cinema e das mídias, atraindo os turistas para essas locações (BRASIL, 2010; Gomes, Campos, & Pereira, 2022).

Nesse contexto, diversos países como a França, Nova Zelândia, Austrália, Canadá, Inglaterra, Irlanda e Estados Unidos adotaram o turismo cinematográfico como estratégia de promoção dos seus destinos turísticos. O impacto da trilogia de “Senhor dos Anéis” na Nova Zelândia, por exemplo, virou um case de sucesso e o país passou a receber um grande fluxo de turistas que se deslocam para visitar os cenários famosos do filme (Nunes & Carvalho, 2015).

Outro exemplo é a saga de filmes “Harry Potter” que trouxe milhares de turistas para a Inglaterra com o intuito de visitar os lugares onde foram produzidos os filmes. Destaca-se também a criação de parques temáticos em Orlando e Los Angeles (EUA) com simulações, castelos, cenários dos filmes, atraindo milhares de turistas e fãs que chegam às cidades para visitar e ter a sensação de estarem imersos na experiência (Terra, 2021).

O Brasil conta com inúmeras produções de filmes, novelas e minisséries que foram sucesso e inspiraram turistas a conhecer seus cenários. Podem ser citados exemplos de sucessos de bilheteria, como “Minha mãe é uma peça”, “Lisbela e o Prisioneiro”, “Dona Flor e seus dois maridos”, “Dois Filhos de Francisco”, “Que horas ela volta” e “Central do Brasil”. Nesses casos, o turismo cinematográfico não somente pode atrair os turistas e permitir uma maior visibilidade para as localidades, como também oportunizar investimentos em diversos setores e o consequente desenvolvimento socioeconômico e cultural das comunidades que são palcos desses cenários (Becker, 2023).

As grandes produções cinematográficas podem auxiliar positivamente no ramo audiovisual e afins, e também promover o turismo com benefícios claros para os lugares onde são produzidas. Para tanto, em nível nacional e internacional, observa-se o surgimento e consolidação de entidades chamadas *Film Commissions*, órgãos públicos, privados ou resultantes de parcerias público-privadas, que possuem o objetivo de fomentar as produções audiovisuais na localidade onde atuam (país, região, estado, cidade, polo) na busca por integrar e movimentar a cena audiovisual local, bem como difundir turisticamente o destino por meio dessas produções. De acordo com Solot (2015, p. 8):

Uma film commission exerce dois papéis fundamentais: (I) o apoio logístico operacional aos projetos filmados ou gravados em uma determinada região e (II) a atração de produções audiovisuais para esta região. Também atua como ponte entre a comunidade, os órgãos públicos e a produção, no sentido de minimizar os transtornos causados à região, ao mesmo tempo em que procura maximizar os ganhos que essa mesma região possa obter com um número crescente de produções audiovisuais.

Ao ser escolhido como o cenário de uma filmagem, o local atrai um fluxo de investimentos e tende a trazer também um fluxo de turistas no futuro. “Um estudo do VisitBritain, por exemplo, revela que 30% dos turistas que vão ao Reino Unido escolhem o país por sua exposição na mídia” (BRASIL, 2007, p. 8). Segundo Lacerda (2014) uma pesquisa que foi realizada pela empresa Thomson Holiday indica que 80% dos britânicos planejam suas férias baseados em cenas de filmes. Os britânicos possuem a agência VisitBritain, que foi criada em 2003 pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes, sendo uma das primeiras a explorar o potencial do turismo cinematográfico (VISITBRITAIN, 2014).

A sinergia entre cinema, turismo e imaginário impulsiona a criação de roteiros turísticos que usufruem de cenários de



filmes e séries. As empresas, em nível nacional e internacional, identificam uma oportunidade de desenvolver o turismo cinematográfico por meio da oferta de experiências únicas para quem é fã de cinema e potenciais visitantes (Carl, Kindon, & Smith, 2007). Apesar de, no Brasil, o segmento de turismo cinematográfico ainda ser novo, algumas cidades já exploram os cenários de filmes, séries e novelas como parte de seus roteiros turísticos. Um exemplo disso ocorre em Garibaldi, no Rio Grande do Sul, que criou a Rota Cinematográfica que revela lugares, histórias e imagens das produções audiovisuais gravadas em solo garibaldense com os seus principais atrativos (Silveira, Baptista, & Barros, 2023).

No Mato Grosso do Sul, cenário do filme Xingu, algumas agências de viagens guiam os turistas para conhecer os rios, a vegetação e as aldeias onde vivem 5 mil indígenas, podendo conhecer as danças, ouvir as histórias e conhecer mais sobre a cultura local presente no filme de Carlos Hamburger. Em Salvador, segundo a Revista Museu (2021), o projeto “Salvador Cinematográfica” pretende criar roteiros a partir de cenários de filmes produzidos na cidade. O projeto tem apoio financeiro do Estado da Bahia, por meio da Secretaria de Cultura e da Fundação Pedro Calmon (Programa Aldir Blanc Bahia) pela Lei Aldir Blanc, direcionada pela Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo, Governo Federal. O percurso do roteiro cinematográfico apresenta dez obras do cinema baiano, cujas narrativas audiovisuais localizam-se em cenários da região do Centro de Salvador (REVISTA MUSEU, 2021).

Apesar de recente, essa utilização já pode ser observada em alguns destinos do Brasil, como: Rio de Janeiro, São Paulo, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Ceará, Amazonas e Tocantins. Nesses estados – palcos de filmes e novelas – pode-se vislumbrar roteiros inovadores que tratam também da interface entre turismo e audiovisual (Becker, 2023). A partir do exposto e com base na literatura sobre turismo e cinema, além de pesquisas em relatos de *vlogs* de viagens em redes sociais e *sites*, como o Blog CNA Turismo e cinema (2022); Hellotickets (2002); Família Kiwi (2022), G1 (2022) e Terra (2022), identificaram-se algumas experiências de turismo cinematográfico que agregam valor à experiência total no destino (Figura 2):

**Figura 2- Possibilidades de experiências no turismo cinematográfico**



Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Os estudos de Beeton (2005) já sinalizavam que o turismo confere visibilidade aos locais-alvo de produções cinematográficas, aumenta significativamente o fluxo de visitantes, ao tempo em que diversifica as atividades locais como complemento à experiência geral dos visitantes nos destinos. No entanto, a autora adverte sobre os riscos que esta atividade pode ocasionar, tais como o aumento da violência, do tráfego, da poluição e da perda da identidade visual e atratividade do destino em face à massificação turística. Tais aspectos também foram abordados por Saltik *et al.* (2010), que alertam também sobre os efeitos de uma demanda turística descontrolada, os quais tendem a ocasionar o fenômeno de *overtourism*, notadamente em pequenas regiões.

O turismo cinematográfico possui na base da sua sustentação as interconexões entre o cinema, o destino turístico e as pessoas (Pratt & Liu, 2019) e, desse modo, destaca-se a necessidade de mobilizações e articulações entre os organismos públicos, as entidades e associações relacionadas ao audiovisual, à iniciativa privada e às comunidades locais com vistas à elaboração de estratégias de fomento ao setor, vinculado às demandas dos moradores que habitam os locais-alvo das produções cinematográficas.

A cidade de Cabaceiras (PB), conhecida como a “Roliúde Nordeste”, é um dos principais destinos do turismo cinematográfico no Brasil e já abrigou a locação de cerca de 23 produções nacionais. A relação entre o cinema e o turismo oportunizou a criação de atrativos e produtos turísticos, baseados na imagem construída e disseminada por meio das produções audiovisuais, o que fortaleceu a identidade cultural local (Nascimento, 2009; Tavares, Araújo, & Whebber, 2015).

O legado audiovisual também provocou, de acordo com Becker (2023), transformações significativas nas estruturas sociais no contexto do Estado do Rio Grande do Sul, posto que algumas das suas cidades tornaram-se palcos de produções

nacionais de grande repercussão, como Bento Gonçalves, que foi palco do filme “O Quatrilho” (1995) e Bagé, cenário do filme “O Tempo e o Vento” (2013).

As receitas geradas em todas as etapas de produção cinematográfica e, posteriormente, o fortalecimento das estratégias de fomento do turismo, desencadearam a estruturação de roteiros turísticos, a criação de museus e a realização de eventos, com destaque para o Festival Internacional de Cinema de Gramado, um dos principais eventos do setor na América Latina. Ainda, diante do poder simbólico exercido pelo cinema no fomento das práticas turísticas, pontua-se que a valorização da identidade cultural proporcionada pelas representações dos lugares nos filmes, alinha-se à valorização dos recursos ambientais e culturais dos territórios que não possuem recursos para desenvolver ações sistemáticas de *marketing* turístico que podem amparar processos de transformação social (Becker, 2023).

Diante desse cenário e, quando devidamente planejada, a atividade turística torna-se capaz de gerar emprego e renda e transformar a realidade e a dinâmica dos lugares, levando-se em consideração a participação popular, a valorização da cultura local e os cuidados com o meio ambiente – aspectos fundamentais na gestão do turismo (Ruschmann & Widmer, 2001).

## METODOLOGIA

A pesquisa caracterizou-se por uma abordagem qualitativa de caráter exploratório-descritivo. Considerando, na esteira de Gil (2007), que as pesquisas exploratórias têm a finalidade de propor uma familiaridade com o problema em questão, tornando mais explícito ou construindo novas hipóteses, o foco residiu no turismo cinematográfico em Barra (RN), com vistas a oferecer uma análise interpretativa do potencial turístico na região onde foi gravado o filme Bacurau (2019).

Para atingir os objetivos propostos, recorreu-se aos seguintes procedimentos metodológicos: i) pesquisa bibliográfica, ii) pesquisa documental e iii) pesquisa de campo. Na primeira fase, ocorreu o levantamento das produções científicas nacionais e internacionais sobre cinema e turismo/turismo cinematográfico no portal periódico da Capes e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD), a fim de contemplar os estudos que se vinculavam diretamente à problemática da pesquisa.

Posteriormente, a pesquisa documental foi conduzida por meio da análise do roteiro da obra (Filho, 2020), além do filme Bacurau e seu *making of* (documentário Bacurau no Mapa, 2019), amparada nas categorias propostas por Sadek (2006): a) organização da narrativa, b) personagens e c) tempo e espaço. Deu-se ênfase aos aspectos do enredo, personagens, paisagens naturais e artificiais, em virtude de estarem diretamente relacionados à interseção entre o turismo e o cinema. Posteriormente, realizou-se também apreciação do inventário turístico do município de Parelhas (RN) (Taveira, 2023).

A pesquisa de campo tomou as feições de uma imersão na dinâmica da comunidade, uma vez que os pesquisadores não apenas identificaram os locais exibidos no filme, mas adentraram o cotidiano dos moradores, em sua maioria pessoas idosas que ansiavam por contar as suas histórias envolvendo os bastidores das gravações da produção cinematográfica. A coleta dos dados empíricos ocorreu nos dias 26 e 27 de maio de 2022 (quando os pesquisadores permaneceram na residência de uma das lideranças comunitárias), com o objetivo de conhecer os elementos fílmicos que poderiam sustentar uma oferta de turismo cinematográfico na comunidade.

Para tanto, elaborou-se uma ficha de observação que guiou as etapas de registro das informações/percepções por parte dos pesquisadores. Este instrumento possibilitou a caracterização dos espaços e elementos retratados no filme a partir das variáveis: de infraestrutura (higiene, iluminação, sinalização, distância e acesso) e funcionamento atual dos espaços (quando possível). Ainda nesta etapa da pesquisa, investigou-se a existência de uma infraestrutura de suporte ao turismo (equipamentos de alimentação, agências de viagem e meios de hospedagem, transporte e equipamentos de lazer e entretenimento); comércios e serviços diversos, como segurança, saúde e comunicação.

Dentre os lugares analisados, destacaram-se: casa da personagem Darlene, cemitério, escola pública, placa sinalizando a entrada de Bacurau, casa onde o personagem Carranca tocava seu violão, museu, local onde foi feita a tubulação usada para o filme, igreja, casa da personagem dona Carmelita, quadra, bar do povoado, posto de saúde, lavanderia pública e passagem molhada. Ressalta-se que a pesquisa de campo contou com o apoio de uma guia local – que atuou como figurante no filme – o que atestou a viabilidade das sugestões de aproveitamento do patrimônio ambiental e cultural de Barra nos roteiros de turismo cinematográfico.

Nesse recorte, realizaram-se entrevistas com os membros da comunidade que possuíram um vínculo mais estreito com a dinâmica das filmagens, além de produtor local responsável por articular a vinda do filme para a localidade. Conforme

lembra Alves-Mazzotti e Gewandszajder (2002), nos moldes qualitativos, as entrevistas são pouco estruturadas, sem obedecer a uma ordem rígida para as perguntas, motivo pelo qual se optou por um roteiro de entrevistas semiestruturado que permitisse aos moradores expressarem-se de forma fluida e dinâmica. As entrevistas assemelharam-se, portanto, a uma conversa ou um diálogo entre pesquisador e pesquisado, realizadas nos espaços abertos da comunidade, durante o café da manhã, almoço e jantar ao longo dos dias de imersão.

O instrumental foi composto por temas relacionados ao processo de captação da produção audiovisual, as repercussões da produção fílmica na vida social, econômica e cultural do povoado de Barra, bem como os desafios e possibilidades para a estruturação de uma oferta de turismo cinematográfico na comunidade. Com vistas a garantir o anonimato dos participantes, estes foram identificados pela letra E (Entrevistado) ao lado de ordem numérica (E1, E2, ...), sendo atribuídas as identificações no decorrer dos resultados.

Desse modo, as informações produzidas em cada fase do processo investigativo compuseram o corpus de pesquisa. Na etapa de análise, recorreu-se à triangulação das fontes, estratégia que consiste em olhar o objeto sob diversos ângulos (Minayo, 2000). Os dados documentais (análise fílmica) e as evidências empíricas (registros das observações de campo e notas referentes aos diálogos com a comunidade) foram cotejados a partir do referencial teórico. Ancorado em experiências de turismo cinematográfico ao redor do mundo, apresentam-se sugestões de aproveitamento dos recursos locais para o turismo cinematográfico, compondo, assim, uma síntese interpretativa acerca do fenômeno estudado.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### O filme Bacurau em Barra (RN)

Inserido no vasto campo da produção cinematográfica nacional sobre o sertão, transitando entre os gêneros *western* e ficção científica, o filme Bacurau, produzido pelos diretores Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, envereda por temáticas como a violência, o descaso do poder público, a dificuldade de acesso às condições mínimas de sobrevivência. Esses aspectos, tratados de forma recorrente nas diversas produções audiovisuais nacionais, adquirem nuances particulares na trama, sobretudo, por ela destacar elementos complexos que caracterizam as dinâmicas sociais de uma fictícia cidade do interior de um estado nordestino (Rodrigues Gomes & Trovão, 2020).

A trama não possui como protagonista um homem ou uma mulher, mas sim um povoado do interior do Nordeste. O título do filme faz referência a uma ave de hábitos noturnos, comum nos sertões brasileiros. Conforme apresentado no filme, em uma das cenas, um dos forasteiros em visita ao bar da cidade indaga o porquê do nome, ao que uma das crianças responde prontamente: “É gente!”. A dona do bar, então, explica que o pássaro que dá nome ao lugar só aparece à noite por ser muito bravo.

A história retrata a luta pela sobrevivência em um povoado isolado no interior do Nordeste em um futuro próximo, não especificado no tempo-espaço. A trama se inicia com o retorno da personagem Teresa e o velório da matriarca de Bacurau, a Sra. Carmelita. Paralelamente, os alunos da escola e o professor, denominado Plínio, percebem que não há registros de Bacurau nos satélites, a cidade saiu do mapa e não há sinal de telefone. Além desses fatos, acontecimentos extraordinários começam a ser percebidos, como a vinda de forasteiros/estrangeiros e uma série de assassinatos na região.

Com base na análise fílmica e na perspectiva de Reyes *et al.* (2022), observou-se que a narrativa tece relações entre o contexto local e o estrangeiro, nas quais as práticas de uma comunidade subalterna ganham visibilidade. Para sobreviver e não serem literalmente “apagados do mapa” por um grupo de turistas-forasteiros-assassinos, os moradores organizam uma investida armada, solidária, cultural e pujante contra o projeto de turismo de caça do futuro (Silva, 2019; Cardoso, 2020; Sparemberger & Guessier, 2022). A resistência é a sua arma mais poderosa e a população deixa evidente aos forasteiros que “Se for, vá na paz”: “[...] os moradores de Bacurau não aguardam por alento divino ou divinizado do Estado, partem da compreensão do exercício de gestão colegiada para tomar em suas mãos a organização do combate ao opressor político nativo ou imigrante” (Rodrigues Gomes & Trovão, 2020, p. 236).

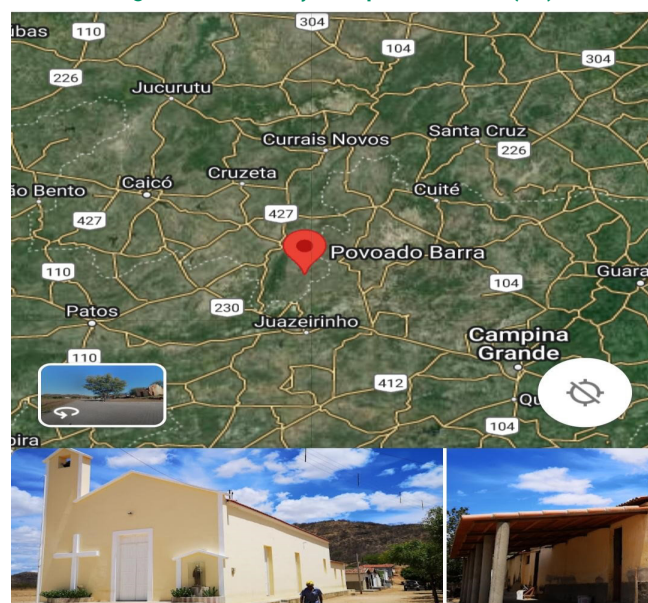
Os diretores Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles demonstram a capacidade nordestina/brasileira de resistir às mais variadas faces do interesse do capital neoliberal (inclusive turístico) que transforma vidas em mercadoria, amparada na estrutura corrupta de governos entreguistas (Silva, 2022). Nessa direção, Ghil (2021) pontua que o filme celebra o povo questionador, composto por negros, pobres, professores, LGBTQ+s, que resiste aos ditames governamentais, às invasões estrangeiras, fato que demonstra a realidade de muitas comunidades rurais que subsistem em meio às condições precárias de existência, como a escassez de vacinas e de água, retratadas na produção.



Ainda, de acordo com as ideias de Ghil (2021) e Silva (2019), o filme faz menção a diversos momentos recentes e antigos da conturbada história do Brasil; realçam o povo exercendo o seu poder, como bem destacou Kleber Mendonça Filho em seu discurso ao final da exibição do filme, em Cannes: “esse é um momento muito importante no nosso país. E esse é um filme sobre resistência, sobre educação e sobre ser brasileiro no mundo” (Marques, 2019). Assim, as camadas do filme são complexas; além das relações de subalternidade e opressão, a narrativa fílmica descortina as vivências coletivas e a atuação popular, promove reflexões acerca da modernização, das identidades locais nacionais construídas sobre a dicotomia Brasil do Norte/Brasil do Sul, da problemática do urbanismo brasileiro, dos corpos dissidentes, dentre outras questões sociais relevantes (Silva, 2019, Silva, 2022; Sparemberger & Guessser, 2022).

O cenário/locação da maior parte da trama de Bacurau foi a comunidade da Barra, localizada a cerca de 23 km da cidade de Parelhas, no interior do estado do Rio Grande do Norte – RN (Figura 3). Com base nos relatos informais dos moradores durante a realização da pesquisa de campo, pode-se inferir que a realidade do povoado não era tão distante da vivenciada por Bacurau na trama do filme, uma vez que antes de ser palco das gravações, Barra era uma comunidade tranquila, porém desassistida e aos poucos abandonada, vivenciando o êxodo rural. Nos anos 1980, chegou a ter cerca de 200 habitantes e, atualmente, conta com menos de 100 habitantes.

**Figura 3 – Localização do povoado Barra (RN)**



Fonte: Google Maps (2023).

O deslocamento dos moradores até Parelhas ou de quem deseja visitar a comunidade, é feito através de transporte próprio, carros ou motos. Atualmente, existe apenas uma agência de viagens que presta o serviço de receptivo em Parelhas e realiza roteiros personalizados, inclusive para a comunidade da Barra. A história da comunidade da Barra também é de luta e resistência. Com base na pesquisa de campo e nas entrevistas, os moradores narraram a sua trajetória com orgulho e entusiasmo, demonstrando o sentimento de pertencimento e certa associação à trama do filme Bacurau.

Durante a pesquisa de campo, alguns moradores relataram o quanto essa experiência foi benéfica para o lugar e o quanto o povoado se desenvolveu a partir das gravações. Destacaram também as suas experiências como figurantes no filme, ansiando por mais produções cinematográficas. Além disso, eles revelaram o entrosamento e as boas relações com a equipe da produção de Bacurau, considerando-os como uma família e mantendo contato até o presente momento.

Após a produção do filme e algumas pressões políticas, os olhares se voltaram para Barra e a comunidade alcançou benefícios, por exemplo, a pavimentação na maior parte da rua principal, além do fluxo turístico, ainda tímido. Os moradores entrevistados sentem-se honrados por terem sido escolhidos entre tantos outros lugares e exibidos por meio das telas de cinema, aspecto que faz refletir sobre o sentimento de pertença e valorização dessa comunidade.

Durante a pesquisa de campo, observou-se que a comunidade da Barra não possui banheiro público, a iluminação é insuficiente durante a noite, durante o trajeto até a Barra não existe uma sinalização adequada, apenas poucas placas indicando a direção da comunidade, sendo a mais distante do município de Parelhas. O trajeto entre Parelhas e Barra não possui pavimentação, sendo um acesso difícil. De acordo com moradores, em períodos de chuva, as condições de acesso ficam muito prejudicadas, ficando alguns munícipes impedidos de chegar ou deixar a comunidade.

Em relação aos aspectos econômicos, destacam-se o setor de comércio e serviços. A comunidade de Barra possui dois

empreendimentos alimentícios, bar e a bodega, ambos localizados na rua principal Calil Salústio, abertos durante todo o dia e todos os dias da semana. Os empreendimentos comercializam bebidas alcoólicas e não alcoólicas, fornecem alimentos básicos, como arroz, feijão, macarrão, sal, açúcar e produtos de limpeza e higiene pessoal. Além disso, na própria comunidade não existem empreendimentos de hospedagem, estando os mais próximos localizados em Parelhas.

## Elementos fílmicos de Bacurau em Barra (RN)

Conforme observam Campo, Brea e Toubes Muñiz (2011), as representações de imagens, expectativas, sonhos e fantasias disseminadas pela mídia formam uma base de dados e a memória do lugar que se deseja visitar, o que reforça a ideia contida nas análises de Gastal (2006) de que a massificação da informação possibilitada pelos meios de comunicação se aliou à publicidade com vistas ao desejo e à necessidade de consumo do público.

Para além da combinação entre imagem e som, o cinema pode adquirir, na visão de Brusadin e Rocha (2015), um poder simbólico que ultrapassa o ato de assistir ao filme, considerando que os espectadores se tornam consumidores dos locais e produtos associados a um determinado filme. Amparado nessas premissas, constatou-se que os elementos fílmicos de Barra, presentes na narrativa do filme Bacurau, integram um patrimônio paisagístico e cultural que demonstram as relações de sociabilidade, as práticas sociais e as relações de poder que caracterizam aquele território.

O cinema contribui para a criação de experiências personalizadas para os turistas, por meio de produtos e serviços que possibilitam a reinterpretação dos espaços cenarizados nas produções e da convivência e intercâmbio dos visitantes com a comunidade local. Acompanhando as tendências, o setor turístico amplia as opções de visitação, inserindo no mercado os locais ainda não visibilizados, além de atrair uma demanda potencial influenciada pelas mídias (Brusadin & Rocha, 2015).

No decorrer da pesquisa de campo e utilizando a ficha de observação, identificaram-se 14 elementos/locações fílmicas com potencial para serem aproveitados em experiências de turismo cinematográfico. O Quadro 1, a seguir, destaca apenas alguns desses espaços narrativos, devido ao volume de informações que excedem a estrutura de artigo. As locações foram caracterizadas a partir das observações de campo. Analisaram-se as condições atuais, a partir das condições estruturais relacionadas à infraestrutura, higiene, iluminação, sinalização, acesso e funcionamento atual.

Com base no material audiovisual analisado, constatou-se que os bens culturais representados no filme evocam aspectos da memória e da história do lugar, os quais atravessando a narrativa ficcional ou entrelaçada a ela podem criar condições para a formação de uma oferta turística de estímulo às práticas de turismo cinematográfico, seja aquele direcionado aos locais cenarizados no filme, seja abrangendo as práticas sociais cotidianas dos espaços que abrigam tais produções. Conforme pontua Beeton (2011), o turismo cinematográfico configura uma oportunidade para que os fãs de produções audiovisuais estabeleçam uma conexão emocional com os filmes, posto que ao assumirem o papel de turistas, os espectadores podem vislumbrar os aspectos consumidos visualmente através da visitação turística.

Solot (2015) pondera essa mesma questão quando argumenta que o filme apresenta vantagens sobre a publicidade turística convencional, sendo mais duradouro no tempo, além de alcançar um público maior e criar vínculos afetivos com os potenciais consumidores. Isso ocorre, por exemplo, ao integrar as paisagens nas histórias e personagens, atraindo o espectador de forma mais dinâmica. Nesse recorte, com base na análise audiovisual, o enredo do filme Bacurau apresenta uma narrativa que enfatiza, de modo distópico, os dramas cotidianos vivenciados por muitas cidades interioranas, a resistência do nordestino, conferindo visibilidade a uma comunidade rural.

Importante destacar, conforme enuncia Silva (2019), que o sertão retratado no filme não se situa na oposição entre o moderno e o atrasado, o bárbaro e o civilizado. “[...] É por esse apagamento da oposição entre local e estrangeiro que o sertão se afirma como força englobante que atua em sua dispersão e metamorfose territorial e cultural” (Silva, 2019, p. 238). Tal metamorfose cultural, indicada pelo autor, representada pelas histórias de vida e os elementos naturais e culturais retratados no filme, criam um imaginário que pode compor a base para a formatação de roteiros de turismo cinematográfico.

Os atrativos desse segmento, conforme aponta Beeton (2005), variam desde as paisagens naturais e urbanas, até as atrações artificiais, tais como os estúdios de filmagem e os parques temáticos, planejados para atender às diversas expectativas e possibilidades de experiência no destino. Diante da análise dos produtos disponibilizados nos roteiros de turismo cinematográfico, compreende-se que as experiências de turismo envolvendo as produções audiovisuais ocasionam desdobramentos positivos para as comunidades, abrangendo as dimensões sociais, econômicas, ambientais e culturais.

Quadro 1- Elementos fílmicos de Bacurau em Barra (RN)

Elemento fílmico	Descrição do atrativo	Condições atuais
<p><b>Bar/Bodega de Lucilene</b></p>  <p>Fonte: Filme Bacurau (2019).</p>  <p>Fonte: Dados da pesquisa, 2022</p>	<p>No bar acontece uma das cenas mais importantes, em que os dois forasteiros brasileiros visitam e fazem questionamentos sobre Bacurau e colocam um bloqueador de conexão. É nas dependências desse bar/mercado que acontece uma das cenas mais icônicas do filme – um menino é abordado pelo forasteiro sobre o gentílico de quem nasce em Bacurau. Com inocência a criança responde: “quem nasce em Bacurau é gente”.</p>	<p><b>Funcionamento atual:</b> bar e bodega, onde são comercializados diversos tipos de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, além de comidas e produtos de limpeza e higiene pessoal. É aberto todos os dias da semana durante todo o dia.</p> <p><b>Infraestrutura:</b> encontra-se em um bom estado de conservação, apesar de paredes e pisos um pouco desgastados.</p> <p><b>Higiene:</b> o ambiente é limpo e não possui banheiro.</p> <p><b>Iluminação:</b> suficiente.</p> <p><b>Sinalização:</b> não há.</p> <p><b>Acesso:</b> fácil, localizado na rua principal Calil Salústio.</p>
<p><b>Casa da personagem Carmelita</b></p>  <p>Fonte: Filme Bacurau (2019).</p>  <p>Fonte: Dados da pesquisa, 2022</p>	<p>É o lugar onde acontece uma das primeiras cenas do filme, a casa foi cenário do velório de Dona Carmelita, figura importante em Bacurau. Atualmente, a casa está abandonada e pertence ao falecido Arnoud Macêdo, cujo filho administra a propriedade.</p>	<p><b>Funcionamento atual:</b> é uma residência privada abandonada.</p> <p><b>Infraestrutura:</b> deteriorada, necessitando de reparos no teto e a fachada desabou.</p> <p><b>Higiene:</b> apresenta focos de lixo no entorno.</p> <p><b>Iluminação:</b> precária.</p> <p><b>Sinalização:</b> não há.</p> <p><b>Acesso:</b> difícil, com bastante vegetação circundante.</p>
<p><b>Igreja desativada do filme</b></p>  <p>Fonte: Filme Bacurau (2019).</p>  <p>Fonte: Dados da pesquisa, 2022</p>	<p>A fachada da igreja São Francisco de Assis aparece em diversas cenas, inclusive na que ocorre o desfecho do filme com a decapitação dos turistas assassinos.</p>	<p><b>Funcionamento atual:</b> igreja, com missa todos os domingos, às 17h, além de terço de oração todas às quintas-feiras, às 19h. No mês de setembro acontece a festa da padroeira na comunidade e, no mês de maio, são realizadas novenas todos os dias.</p> <p><b>Infraestrutura:</b> em ótimo estado de conservação com paredes e pisos intactos.</p> <p><b>Higiene:</b> é bastante limpa, organizada e possui banheiro.</p> <p><b>Iluminação:</b> excelente.</p> <p><b>Sinalização:</b> não há.</p> <p><b>Acesso:</b> fácil, localizada na rua principal Calil Salústio.</p>
<p><b>Passagem molhada</b></p>  <p>Fonte: Filme Bacurau (2019).</p>  <p>Fonte: Dados da pesquisa, 2022</p>	<p>O lugar aparece em cenas de Bacurau no momento em que as pessoas se deslocavam para o povoado.</p>	<p><b>Funcionamento atual:</b> passagem molhada para a comunidade da Barra.</p> <p><b>Infraestrutura:</b> encontra-se em boas condições, apesar de ter alguns buracos no entorno.</p> <p><b>Higiene:</b> ambiente limpo.</p> <p><b>Iluminação:</b> não há.</p> <p><b>Sinalização:</b> não há.</p> <p><b>Acesso:</b> fácil, localizada no trajeto para a comunidade da Barra.</p>

Fonte: elaborado pelos autores, a partir da pesquisa de campo (2022).

Como exemplos, destacam-se o efeito multiplicador do turismo a partir da movimentação de serviços direta ou indiretamente relacionados ao turismo – hotelaria, gastronomia, comércio popular. Cita-se, também, a dotação de uma infraes-

trutura de equipamentos relacionados à acessibilidade, segurança, saúde, entre outros, que beneficiam tanto os turistas, quanto os moradores, aumento da autoestima comunitária e valorização do patrimônio cultural local (Campo, Brea, & Toubes Muñiz, 2011; Silveira, Baptista, & Barros, 2023; Gomes, Campos, & Pereira, 2022).

Essa já é uma realidade vivenciada no município de Cabaceiras (PB). A interseção entre o cinema e o turismo fomentou a criação de atrativos e produtos turísticos por parte do poder público, além de oportunizar melhorias nas áreas de infraestrutura e no setor cultural, dinamização dos negócios locais e maior visibilidade ao município (Nascimento, 2009; Papes & Sousa, 2011).

No povoado da Barra, de acordo com o relato do entrevistado E1, o filme atraiu investimentos para o município de Parelhas (RN). O comércio local foi bastante aquecido, gerou renda e impulsionou a economia local. Este fato pode ser constatado durante a passagem dos créditos pós-filme, na qual se informa que a sua distribuição gerou 800 empregos diretos e indiretos.

Dentre a principal repercussão positiva do filme para a comunidade, destacaram-se, na visão do entrevistado E3, o aumento das oportunidades de mercado para os setores de audiovisual e do teatro no município de Parelhas, além da dinamização dos segmentos de alimentação, vestuário, drogarias, hotelaria e locação de imóveis, considerando que grande parte da equipe de produção hospedou-se em casas alugadas no referido município.

Em relação ao fluxo turístico da região, o entrevistado E2 assinalou que a comunidade da Barra já recebe um pequeno fluxo de turistas nacionais e internacionais interessados em conhecer as particularidades locais, com destaque para os visitantes provenientes da Itália e Coréia do Sul. Esse relato permite inferir que o povoado da Barra possui potencial para a sustentação de ofertas de turismo cinematográfico, desde que as condições de infraestrutura básica e turística, as ações de planejamento e marketing turísticos e a participação comunitária sejam viabilizadas.

As potencialidades do turismo cinematográfico podem ser concretizadas a partir de planos de ação envolvendo a gestão pública e privada, os quais, de acordo com Roig (2018) são capazes de mobilizar esforços e aproveitar o sucesso comercial de uma produção para atrair turistas de modo sustentável e responsável, com o objetivo de vinculá-los emocionalmente ao destino. Esse aspecto torna-se relevante, uma vez que o imaginário dos turistas tem sido atualmente construído por meio de narrativas audiovisuais, as quais são buscadas nos destinos e reinterpretadas a partir das vivências com os elementos fílmicos –materiais e imateriais – que singularizam os espaços de locação.

Como sugestões de visitas à comunidade da Barra, algumas experiências de turismo cinematográfico podem ser adaptadas à sua realidade, inspiradas nas ações desenvolvidas em outros destinos turísticos consolidados. Durante o percurso e antes mesmo de chegar no local, os visitantes precisam atravessar uma passagem molhada, um recuo entre as árvores, onde as pessoas podem parar para registrar o momento, o cenário e apreciar o pôr do sol. Existe, assim, um cenário natural propício para a criação de um espaço “instagramável” (Figura 4). Os denominados “espaços instagramáveis” aludem à estética do Instagram e referem-se aos locais visualmente harmônicos e atrativos que são compartilhados por meio de fotografias, chamando a atenção do grande público (Ferrari, Soares, & Rondina, 2022).

Como uma possível primeira parada, há a possibilidade da criação de placas com QR CODE para que os visitantes possam acessar informações sobre o filme Bacurau e sobre a Barra, a fim de entenderem a sua história e adentrar na realidade da comunidade.

Figura 4– Exemplo de espaço “instagramável”



Fonte: Narcity, 2019.



Na trama do filme, a casa da personagem Darlene também funciona como um bar. Atualmente, a casa está abandonada, sendo necessário um reparo no telhado e nas paredes, assim como uma limpeza nas dependências e no seu entorno, uma vez que existe muita vegetação ao redor. A residência possui uma bela paisagem nos arredores, com formações rochosas ao fundo, sendo uma construção que remete ao passado, além de propiciar uma ampla visão da comunidade da Barra antes mesmo de chegar ao destino.

Diante disso, após uma restauração e revitalização, há a possibilidade da criação de uma pequena loja de *souvenirs* no ambiente da casa, com venda de objetos artesanais que remetam ao filme e também à comunidade da Barra, além da venda de comidas típicas da região e bebidas, fazendo referência ao bar da trama de Bacurau. Destaca-se que tal empreendimento só funcionaria sob demanda pré-agendada.

Na escola, após uma restauração, incluindo pintura das paredes e reparos em alguns de seus pisos, é possível a criação de um ambiente com réplicas de figurinos usados no filme a serem expostos para as pessoas visitarem e experimentarem (Figura 5). Tendo em vista que, durante as gravações do filme, esse espaço era o lugar onde ocorriam as trocas de figurinos e maquiagens, além de servir de depósito dos materiais de efeitos especiais, torna-se propícia a criação de um espaço para a exibição desses materiais e de como eram usados.

Figura 5– Exemplo de exposição de figurinos



Fonte: Pulsar Imagens.

Ademais, em um dos espaços da escola, há também a possibilidade de resgatar a ideia do filme sobre “Bacurau no mapa” e exibir em uma TV um curta-metragem de uma releitura colocando “Barra no mapa”, explicando a realidade e fazendo uma contextualização histórica do semiárido nordestino e do Rio Grande do Norte. Poder-se-ia, então, destacar o Seridó, o lugar onde está inserido, seguido de Parelhas e da comunidade da Barra. Além disso, a criação de um ambiente em que fosse possível expor os projetos da escola.

A casa que deu “literalmente” vida ao **museu** na trama do filme é uma residência privada. Entretanto, se permitido pelos residentes, há a possibilidade de colocar placas de sinalização com a tecnologia de *QR CODE*, por meio do qual, ao apontar com a câmera do celular, o visitante poderia fazer um *tour* em um “museu virtual”, obtendo informações sobre Bacurau, fazendo referência ao filme e ao acervo que estava guardado dentro do museu na trama. Os *QR CODES* seriam divididos em temas referenciando o museu do filme, sobre a história do cangaço, as armas no Nordeste, religiosidade, ex-votos no Nordeste e famílias, por exemplo. Sugere-se reaplicar o letreiro “Museu de Bacurau” na fachada da casa.

Já na igreja São Francisco de Assis, uma estratégia seria a criação de placa de sinalização que agregaria valor à infraestrutura existente. A presença de *QR CODES* permitiria aos visitantes/turistas visualizarem as cenas que aparecem no filme e entender mais sobre a história religiosa do local.

Após restaurar a estrutura que se encontra deteriorada no momento, reformando teto, pisos e paredes, na casa da personagem Carmelita, tornar-se-ia propícia a criação de uma pequena “sala de cinema” destinada à visitação de grupos previamente agendados. O referido espaço contaria com uma estrutura simples e uma decoração com elementos regionais, funcionando por meio de uma curadoria municipal, responsável, entre outras demandas, pela elaboração de uma programação com conteúdo de produções audiovisuais (exibida para a comunidade e turistas).

Tal feito contemplaria o filme Bacurau e seu *making off* (Filme Bacurau no Mapa), assim como outros filmes e produções



locais que abordam as temáticas do cangaço, os aspectos naturais e culturais da região Nordeste, como, por exemplo, os filmes “O Cangaceiro” (1953), “Deus e Diabo na terra do Sol” (1964), “Central do Brasil” (1998), “O Auto da Compadecida” (2000) e “A história da eternidade” (2014), além de filmes e vídeos produzidos pelos próprios moradores, exibidos com o auxílio de projetores portáteis nas paredes da casa, os quais também seriam usufruídos pela população local.

A quadra esportiva, onde aconteceu uma das cenas mais fortes e tensas do filme, em que uma criança é assassinada por um dos forasteiros estrangeiros, também foi analisada. Diante disso, existe a possibilidade de “flertar” esse espaço com um turismo “sombrio” que também dialoga com a atmosfera de medo durante a noite silenciosa em Bacurau/Barra. Caso seja possível as pessoas visitarem durante a noite ou pernitem em Barra, é propício fazer um ambiente para contação de histórias de terror e lendas da comunidade e da região (Figura 6), narradas pelos próprios moradores da comunidade que se dispusessem, além de brincadeiras como “esconde-esconde”.

Figura 6– Exemplo de roda para contação de histórias



Fonte: WWF Brasil.

Em uma das cenas do filme encenada no **bar** (que é real e possui ambientação muito semelhante ao apresentado na película), é citada a existência de uma bebida típica da região, diante disso, seria interessante a criação de rótulos colocados em garrafas de bebidas no intuito de simbolizar a cachaça de Bacurau. Além disso, alguns objetos que foram utilizados nas cenas de bar ainda permanecem no local, como o banco utilizado por uma criança na cena, além da mesa onde um dos forasteiros coloca o *chip* cortando o sinal do povoado, tornando possível assim criar espaços “instagramáveis”, em que as pessoas que visitassem pudessem registrar o momento. Destaca-se, também, a possibilidade de ter um espaço para conversação com o proprietário do lugar, visto que foi uma pessoa que participou do filme como figurante.

O prédio dos correios encontra-se fechado atualmente, porém, a prefeitura do município de Parelhas possui uma proposta de construção de um museu para guardar o acervo que foi utilizado no filme. Ademais, o museu também poderia contar com exposições dos artefatos e de imagens e vídeos feitos pelos próprios moradores antes, durante e após as gravações, além de projeções de sons, imagens e atividades de simulações que remeteriam ao filme.

Com uma pequena reestruturação, é possível a criação de banheiro público na área da lavanderia pública (no centro da comunidade), além da criação de um redário (um espaço para acomodar redes) para que os grupos de visitantes/turistas possam descansar durante sua visita à comunidade. Quanto à possibilidade de hospedagem de pequenos grupos, as casas de moradores interessados poderiam ser adaptadas como equipamentos de hospedagem e alimentação (cama e café) com vistas ao atendimento das necessidades de permanência de pequenos grupos de visitantes. Outras ideias acerca do uso de espaços como: cemitério, fachada de casas antigas, posto de saúde podem auxiliar na estruturação de um turismo alternativo cinematográfico na comunidade da Barra.

Outrossim, embora não existam indicadores capazes de mensurar os efeitos decorrentes da divulgação do lugar pela produção cinematográfica Bacurau, identificou-se, por meio das observações de campo, um ambiente de receptividade dos moradores da Barra em relação à presença dos turistas. Tal evidência empírica indica que, em longo prazo, o turismo pode se converter numa estratégia de fortalecimento da identidade local e de desenvolvimento sustentável para a comunidade.

Constatou-se que o povoado da Barra detém potencial para se desenvolver e tornar-se um destino turístico cinematográfico, com um fluxo pequeno e controlado de visitantes, visto que o lugar possui uma capacidade de carga reduzida (percentual de recebimento de turistas sem agredir o meio ambiente e a dinâmica comunitária). Ainda, há uma urgência para usufruir essa oportunidade, visto que, com o passar do tempo, o filme perde espaço na memória das pessoas. Além disso, o povoado da Barra carece de investimentos públicos em áreas consideradas prioritárias da gestão, projetos de

reabilitação urbana e valorização do patrimônio ambiental e cultural, além de um planejamento estratégico voltado para criar as condições de sustentação de uma demanda de visitantes em longo prazo.

Dentre as ações possíveis, destacam-se o fomento à cadeia produtiva do audiovisual, o estímulo à implantação de equipamentos turísticos e serviços de apoio, melhorias nas condições de infraestrutura básica e ações direcionadas de *marketing* turístico. Paralelamente, a participação da comunidade local nessas estratégias contribui para que o turismo reforce o desenvolvimento endógeno em prol de melhorias econômicas e sociais que impactem positivamente a dinâmica socioespacial e cultural dos lugares.

Conforme a abordagem realizada, as produções audiovisuais criam um imaginário sobre os lugares que estimulam os deslocamentos turísticos. A oferta de bens, serviços, produtos e roteiros de turismo cinematográfico agregam valores aos lugares, gerando oportunidades socioeconômicas (Osácar Marzal, 2020; Barrado-Timón *et al.*, 2022; Gomes, Campos, & Pereira, 2022; Becker, 2023). Nessa direção, os recursos fílmicos que foram analisados no povoado de Barra podem oferecer benefícios, tanto para os turistas que almejam o consumo de experiências singulares no destino, quanto para a comunidade, uma vez que o turismo movimenta uma cadeia produtiva que amplia as possibilidades de inclusão social. Tal cenário torna-se possível à medida que houver a conjugação dos esforços da gestão pública e privada e o envolvimento dos moradores da Barra nos espaços de decisão política e no acompanhamento das atividades de turismo a serem desenvolvidas na comunidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cinema surge como um importante instrumento de promoção de destinos turísticos e de dinamização da economia global e regional, gerando, por exemplo, emprego e renda. Além de divulgar a imagem de uma cidade ou lugar, as produções cinematográficas impulsionam o surgimento de um novo segmento turístico chamado de turismo cinematográfico. Quando adequadamente planejado, atrai turistas, possibilita maior visibilidade para os destinos, além de atrair investimento e desenvolvimento para as comunidades que foram palcos desses cenários, transformando a realidade do lugar e ocasionando impactos positivos.

Diante disso, as produções audiovisuais podem se tornar um grande diferencial estratégico para a divulgação dos lugares que não são conhecidos pelo público, como é o caso da comunidade da Barra, localizada na cidade de Parelhas, no interior do estado do Rio Grande do Norte, cenário do filme Bacurau. Nessa direção, a pesquisa teve como objetivo central entender as condições do turismo cinematográfico no distrito da Barra. Como desdobramento desse objetivo, foram traçados os seguintes objetivos específicos: compreender historicamente o filme Bacurau e a comunidade da Barra, caracterizar os elementos fílmicos que podem ser aproveitados no turismo cinematográfico da Barra e propor práticas de turismo cinematográfico na comunidade da Barra.

A abordagem qualitativa e as estratégias metodológicas que foram mobilizadas ao longo do estudo contribuíram para o alcance dos objetivos propostos. A compreensão sobre o filme Bacurau foi viabilizada através do uso de um aporte bibliográfico que se dedicou à análise do contexto histórico dessa produção, bem como das características do enredo e das problemáticas suscitadas pela narrativa. Além disso, a análise fílmica baseada nas categorias organização da narrativa, personagens e tempo e espaço foi outra ferramenta utilizada que permitiu uma aproximação com o universo da produção, sua história e personagens.

A pesquisa *in loco* permitiu a aproximação com a comunidade, com vistas a reconhecer os espaços materiais e simbólicos retratados em Bacurau e, assim, sugerir experiências de turismo cinematográfico. Os elementos fílmicos foram identificados e caracterizados a partir da técnica de observação e do diálogo estabelecido com os agentes da comunidade que atuaram diretamente nas gravações. Os registros das observações e as notas das conversas informais validaram também as sugestões de práticas e atividades, as quais podem auxiliar na estruturação de um roteiro de turismo cinematográfico em longo prazo.

Diante dos caminhos percorridos pela pesquisa, apontam-se alguns resultados que propiciaram a compreensão das condições da Barra para o turismo cinematográfico. Constatou-se um movimento de visibilidade turística em decorrência das gravações do filme Bacurau. Tal visibilidade foi refletida na movimentação econômica gerada com a vinda da equipe técnica responsável pelas gravações, pela geração de empregos e estímulo às outras manifestações artísticas, como o teatro em Parelhas e, notadamente, pelo orgulho demonstrado pelos moradores por terem atuado como figurantes e atores, o que fortaleceu a autoestima e a identidade comunitárias.

No entanto, a comunidade da Barra ainda necessita desenvolver sua infraestrutura, visto que ainda sofre com muitos

problemas e o filme Bacurau foi de extrema importância para dar luz aos dilemas enfrentados pela comunidade. É o caso, por exemplo, da sua estrutura de acesso, o que revela a necessidade de um planejamento turístico responsável e de investimentos públicos com vistas à estruturação do destino e a captação de turistas.

Ainda, constatou-se que há um grande potencial para o turismo cinematográfico com um fluxo menor e controlado de visitantes, considerando que o local possui dimensões territoriais específicas e não comporta uma grande quantidade de turistas diariamente. É necessário pensar que o desenvolvimento do turismo cinematográfico na comunidade deve garantir uma rica experiência de visita ao turista, ao mesmo tempo em que permita, não apenas oportunidades de negócio, mas também de qualidade de vida para seus moradores.

A dimensão da qualidade perpassa a manutenção das suas tradições e costumes, valorização de sua cultura, o que também dialoga com o respeito ao ritmo tranquilo dos seus dias, com a simplicidade de seu povo e com melhorias nas condições de deslocamento, segurança, saúde, trabalho, entre outros.

Destaca-se, ainda, a importância de ampliar os estudos sobre turismo cinematográfico, visto que é um segmento novo que carece de investigações científicas que o aborde em diferentes realidades. Destaca-se, então, a necessidade de reproduzir esta pesquisa em outros lugares, que, assim como a comunidade da Barra, não são conhecidos/visitados pelo público turístico, mas que foram cenários de produções audiovisuais e tem potencial para tal. Espera-se que, com os resultados obtidos, tenha-se apreendido a relevância da aproximação entre o turismo e o cinema, sobretudo, como instrumento de difusão de destinos.

Conclui-se a pesquisa ressaltando que o legado da produção audiovisual precisa ser estimulado a partir de uma atuação integrada da gestão pública, em parceria com a iniciativa privada e a comunidade local, por exemplo, na realização de diagnósticos e estudos de mercado, nas ações de roteirização turística e na capacitação profissional. Tal gestão compartilhada possibilitará a ampliação dos benefícios sociais e econômicos em longo prazo. Assim, o cinema, como fator de promoção do destino, pode conferir um novo olhar dos moradores sobre os seus espaços de vivência e convivência, a sua inserção na atividade turística, bem como a adoção de estratégias de sustentabilidade do turismo cinematográfico a partir das sinergias locais.

## REFERÊNCIAS

- Adoro Cinema (2019). Filme Bacurau. Recuperado de: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-247818/>. Acesso em: 21 jul. 2022.
- Alves-Mazzotti, A. J., & Gewandsznajder, F. (2022). O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa. 2<sup>nd</sup> ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Agência Nacional do Cinema (ANCINE) (2022). Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro. Recuperado de: [https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario\\_2022.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario_2022.pdf). Acesso em: 19. mar. 2024.
- Albernaz, P. (2009). Curta Brasília: a imagem da cidade no olhar do cinema e sua relação com o turismo. 2009. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Brasília, Brasília.
- Bahia Ws. O Sertão de Pernambuco tem vários atrativos turísticos e culturais. Recuperado de: <https://www.bahia.ws/guia-turismo-sertao-de-pernambuco/>. Acesso em: 28 jul. 2022.
- Barbas, G. M., & Graburn, N. Imaginários Turísticos. (2012). Revista Internacional Interdisciplinar de Turismo, n. 1, pp. 1-5. Recuperado de: [http://viatourismreview.com/wp-content/uploads/2015/06/Editorial1\\_PT.pdf](http://viatourismreview.com/wp-content/uploads/2015/06/Editorial1_PT.pdf). Acesso em: 15 dez. 2021.
- Barrado-Timón, D. A., Hidalgo-Giralt, C., Palacios-García, A., Ochoa-Ortiz, H., & Sevilla-Callejo, M. (2022). Perception of the film Durban space: an analysis of the imaginaries of Madrid constructed through series and social networks. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, (95), pp. 1-38. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.3294>.
- Becker, L. (2023). Design, território e cinema: os legados audiovisuais como estratégia de desenvolvimento do turismo criativo em cidades de pequeno porte. Dissertação (Mestrado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design.
- Beeton, S. (2005). Film Induced tourism. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2011). Tourism and the Moving Image - Incidental Tourism Promotion. Tourism Recreation Research, 36(1), pp. 49-56.
- Blanchet, C., & Fabry, N. (2020). Influence of New Cinema to graphic and television operators on the attractivity of tourist destinations. Journal of Tourism Futures, 6(3), pp. 2019-22.
- BLOG CNA. Turismo de cinema: top 4 lugares imperdíveis de filmes com locações em países latinos. (2023). Recuperado de: <https://www.cna.com.br/blog/viagens/turismo-cinematografico>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- Brasil, Ministério do Turismo. (2007). Estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do Turismo e Audiovisual brasileiras. Brasília.
- Brasil, Ministério do Turismo. (2010). Turismo Cultural: Orientações básicas. 3<sup>th</sup> ed. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brusadin, L., & Rocha, G. (2015). Convergências culturais na pós-modernidade. Novas Edições Acadêmicas.

- Campo, L. R., Brea, J. A. F., & Toubes Muniz, D. R. (2011). Tourist destination image formed by the cinema: Barcelona positioning through the feature film Vicky Cristina Barcelona. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, v. 2(1), pp. 137-154.
- Cardoso, N. A. (2020). A incompreensão em Bacurau. *Revista PHILIA | Filosofia, Literatura & Arte*, Porto Alegre, 2 (1), pp. 615-627.
- Carl, D., Kindon, S., & Smith, K. (2007). Tourists' experiences of film locations: New Zealand as "Middle-Earth." *Tourism Geographies*, 9(1), pp. 49-63. <https://doi.org/10.1080/14616680601092881>.
- Connell, J. (2012). Film tourism - Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>.
- Dias, F. (2010). A promoção de destinos turísticos através do cinema: a via mais eficaz. 1ª Conferência internacional sobre Cinema e Turismo. Recuperado de: [http://arttur.org/ICCT\\_10/10\\_ICCT.pdf](http://arttur.org/ICCT_10/10_ICCT.pdf). Acesso em: 28 nov. 2023.
- FAMÍLIA WIKI. Brasileiros na Terra Média. (2022). Recuperado de: <https://familiakiwi.wordpress.com/2017/05/10/turismo-aterrissando-na-terra-media/>. Acesso em: 20 nov. 2023.
- Ferrari, D. O. A., Soares, E. V., & Rondina, J. M. (2022). Cidades inteligentes: Espaços instagramáveis. *Anais do 11º Encontro SENAC de conhecimento integrado. Cidades inteligentes: sustentabilidade e inovação*. São Paulo.
- Filho, K. M. (2020). Três roteiros. O som ao redor Aquarius, Bacurau. Companhia das Letras.
- Gastal, S. (2006). *Turismo, Imagens e Imaginários*. São Paulo: Aleph.
- Ghil (2021). E. K. Querem tirar Bacurau do Mapa – Reflexões sobre o cinema brasileiro em 2019. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto. Mestrado em Multimédia.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Godoy, K. E., & Luna, S. B. (2012). A estética turística e cinematográfica da favela: suportes de uma autenticidade construída. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, 12(2), pp. 239-252.
- Gomes, C. L., Campos, J. L., & Pereira, J. K. C. (2022). Produções audiovisuais mineiras sob as lentes do turismo. Gomes, C. L., Perinotto, A. R. C. (Orgs.). *Lazer, Turismo e Audiovisual*. Campinas: Mercado das Letras, pp. 45-66.
- Gun, S. K. (2020). A prática de lazer na web a partir do consumo de k-drama. *Licere*, Belo Horizonte, 23(1), pp. 360-393.
- Google Maps. Localização pelo Google Maps do Povoado da Barra/RN. Recuperado de: <https://www.google.com/maps/place/Povoado+Barra/@-6.7613091,-36.6894254,11z/data=!4m5!3m4!1s0x7ae5519e140f007:0x5e3b1f1392d75a4f!8m2!3d-6.8035938!4d-36.5834835>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- Google Maps. Localização pelo Google Maps do Povoado da Barra/RN. Recuperado de: <https://www.google.com.br/maps/place/Parelhas,+RN,+59360-000/@-9.4320084,-59.3027357,5z/data=!4m5!3m4!1s0x7afad81394b512b:0x8dc9d6445bd8591f!8m2!3d-6.6881362!4d-36.6569138>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- Google Maps. Localização pelo Google Maps do Povoado da Barra/RN. Recuperado de: <https://www.google.com.br/maps/place/Parelhas,+RN,+59360-000/@-9.4320084,-59.3027357,5z/data=!4m5!3m4!1s0x7afad81394b512b:0x8dc9d6445bd8591f!8m2!3d-6.6881362!4d-36.6569138>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- G1. TURISMO E VIAGEM (2023). Café em Paris atrai turistas fãs do filme 'Amelie Poulain': estabelecimento onde cenas foram gravadas atrai aficionados pelo longa. Recuperado de: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/08/cafe-em-paris-atrai-turistas-fas-do-filme-amelie-poulain.html#:~:text=O%20filme%20tem%20muitos%20aficionados,o%20Moulin%20de%20la%20Galette> Acesso em: 10 out. 2023.
- Hellotickets (2022). 10 Cenários de filmes e séries em Nova York. Recuperado de <https://www.hellotickets.com.br/estados-unidos/nova-york/filmes-e-series/sc-1-746>. Acesso em: 11 out. 2023.
- Kim, S. (2012). The relationships of on site film tourism experiences, satisfaction, and behavior al intentions: the case of Asian audience's responses to a Korean historical TV drama. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, p. 472-484.
- Körössy, N., Paes, R. G. dos S., & Cordeiro, I. J. D. e. (2021). Estado da Arte sobre Turismo e Cinema no Brasil: uma revisão interativa da literatura. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, 10(1), pp. 109-140.
- Lacerda, T. N. (2014). *Turismo cinematográfico com estratégia de marketing e comunicação*. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Especialização em Marketing Empresarial, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Macionis, N. (2004). Understanding the film induced tourists. *Proceedings of the International Tourism and Media Conference*. Melbourne, Australia: Tourism Research Unit, Monash University, pp. 86-97.
- Marques, M. R. (2019) O que podemos esperar de Bacurau, filme de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles? Recuperado de: <https://www.institutodecinema.com.br/mais/conteudo/o-que-podemos-esperar-de-bacurau-filme-de-kleber-mendonca-filho-e-juliano-dornelles>. Acesso em: 25 jul. 2022.
- Minayo, M. C. de S. (2000). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes.
- Nascimento, F. (2009). *Cineturismo*. São Paulo: Aleph.
- Nunes, J., & Carvalho, P. (2015). A promoção de destinos turísticos através do cinema: o caso da trilogia the lord of the rings (waikato, Nova Zelândia). *Revista Turismo y Desarrollo Local*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/311426930> . Acesso em: 25 jul. 2022.
- OsácarMarzal, E., FraizBrea, J. A., & Araújo-Vila, N. (2022). Tourist images of Spanish cities base don audiovisual fiction. *Boletín de laAsociación de Geógrafos Españoles*, (95), pp. 1-39. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.3314>.
- OsácarMarzal, E. (2020). Barcelona: lai magen turística de la ciudad proyectada en las películas y series internacionales. *Estudios Turísticos*, pp. 165-194. Recuperado de: [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/ET\\_220\\_08\\_Barcelona.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/ET_220_08_Barcelona.pdf). Acesso

em: 25 jul. 2022.

- Papes, A. C., & Sousa, J. M. (2011). Cabaceiras: a Cidade Turística no Cariri da Paraíba. Informe Gepec, Toledo, 15(2), pp.118-133.
- Pratt, S., & Liu, S. X. (2019). The Downton Abbey Effect in Film-Induced Tourism: Na Empirical Examination of TV Drama- Induced Tourism Motivation at Heritage Attractions. *Tourism Analysis*, 24(4), 1-40.
- Pulsar Imagens. (2022). Vista interna do Centro Cultural Cais do Sertão - réplica de traje sertanejo. Recuperado de: <https://www.pulsarimagens.com.br/foto/foto?assunto=Vista%20interna%20do%20Centro%20Cultural%20Cais%20do%20Sert%C3%A3o%20-%20r%C3%A9plica%20de%20traje%20sertanejo&autor=151&codigo-imagem=01BT513&codigo=561512&pagina=1&posicao=8&ordenar=1>. Acesso em: 28 jul. 2022.
- Reyes. P. et al. (2022). Bacurau. Uma experiência estética e política acerca do menor. PIXO. *Revista de Arquitetura, Cidade e Contemporaneidade*, 20(6), pp. 145-157.
- REVISTA MUSEU. (2021). Projeto elabora roteiro de Salvador com base nos cenários trazidos pelos filmes. Recuperado de: <https://www.revista-museu.com.br/site/br/o-escriva/11731-07-07-2021-projeto-elabora-roteiro-de-salvador-com-base-nos-cenarios-trazidos-pelos-filmes.html>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- Rodrigues Gomes, A., & Trovão, F. (2020). O vó do Bacurau: cinema, necropolítica e [contra]violência. *Fênix - Revista de História e Estudos Culturais*, 17(2), 231-261. <https://doi.org/10.35355/revistafenix.v17i17.9511>
- Rodríguez Campo, L., Fraiz Bera, J. A., & Rodríguez-Toubes, D. (2011). Tourism destination image formed by cinema: Barcelona positioning through the feature film Vicky Cristina Barcelona. *Instituto Politécnico de Leiria*, 2(2), 137-154. <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/447>
- Roig, G. B. (2018). Rutas de cine, el turismo cinematográfico en Mallorca: el caso alemán. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 16 (3), pp 843-854. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.059>.
- Ruschmann, D., & Widmer, G. (2001). Planejamento turístico. Ansarah, M. G. dos R. *Turismo: como aprender, como ensinar*. 2<sup>nd</sup> ed. São Paulo: Senac.
- Saltik, I. A. et al. (2011). Film- induced tourism: Benefits and challenges for destination marketing. *European Journal of Tourism Research*, 4(1), pp. 44-54.
- Secretaria de Cultura da Bahia (SECULT/BA). 2021. Lei Aldir Blanc - Projeto elabora roteiro de Salvador com base nos cenários trazidos pelos filmes. Recuperado de: <https://www.ba.gov.br/cultura/noticia/2024-02/59900/leialdirblanc-projeto-elabora-roteiro-de-salvador-com-base-nos-cenarios>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- Silva, M. J. V. (2022). Distopia turística: psicotrópicas reflexões ao assistir ao filme Bacurau (2019). *Natal: Caule de Papiro*.
- Silva, T. C. (2019). Ironias sertanejas: sobre os vazios e arbítrios de Bacurau. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, 5(3) pp. 235-242.
- Silveira, V.P. Baptista, M. L. C. Barros, R. C. (2023). Turismo Cinematográfico; Turismo; Serra Gaúcha; "O Filme da Minha Vida". *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 11(1) pp. 283-297.
- Solot, S. (Org.). (2015). Guia para Film Commissions no Brasil. Orientação básica para a implantação e operação de um escritório de apoio às produções audiovisuais em um município ou Estado do Brasil.Org. – Rio de Janeiro. Recuperado de: <https://latamtrainingcenter.com/guia-para-film-commissions-no-brasil-disponivelpara-download-2/?lang=pt-br>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- Sparemberger, R. F. L., & Guesser, T. A. I. (2022). *Revista Húmus*, 12(35), pp. 344-368.
- Tavares, A., Araújo, V., & Whebber, P. (2015). Cabaceiras/PB, a Roliúde Nordestina: cinema como impulsionador turístico. São Paulo/SP: ANPTUR. Recuperado de: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/106.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2022.
- Taveira, M. S. (Coord.). (2023). Inventário turístico Parelhas/RN. Currais Novos, RN: UFRN/FELCS.
- Terra, M. C. S. (2021). Harry Potter e a Magia do Turismo Cinematográfico [manuscrito]: um estudo sobre a cultura potter head e a escolha de destinos turísticos. Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito.
- TERRA (2022). Passeio em Londres leva os turistas aos cenários de Harry Potter. Recuperado de: [https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/turismo/internacional/europa/passeio-em-londres-leva-turistas-aos-cenarios-de-harry-potter,2ada392625237310VgnCLD100000bbcceb0aRCRD.html#google\\_vignette](https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/turismo/internacional/europa/passeio-em-londres-leva-turistas-aos-cenarios-de-harry-potter,2ada392625237310VgnCLD100000bbcceb0aRCRD.html#google_vignette). Acesso em: 11 mar. 2022.
- Trigo, L. G. G. (2003). *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: Senac.
- VISITBRITAIN. (2014). Tourism, UK. Recuperado de: <https://www.visitbritain.org/>. Acesso em: 13 abr. 2022.
- WWF Brasil. WWF-Brasil promove turismo sustentável no sul do Amazonas. Recuperado de: <https://www.wwf.org.br/?52302/WWF-Brasil-promove-turismo-sustentvel-no-sul-do-Amazonas>. Acesso em: 28 jul. 2022.
- ZEALAND, New. (2022). 100% Pure New Zealand. Recuperado de: <https://www.newzealand.com/nz/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

---

## CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Bianca Freire Lopes: Conceitualização; Metodologia; Pesquisa; Análise de dados; Design da apresentação de dados; Redação do manuscrito original; Redação – revisão e edição.



Michel Jairo Vieira da Silva: Conceitualização; Metodologia; Pesquisa; Curadoria de dados; Supervisão; Análise de dados; Redação do manuscrito original; Design da apresentação de dados; Redação – revisão e edição.

Ricardo Lanzarini: Redação do manuscrito original; Análise de dados; Redação – revisão e edição.

Karoliny Diniz Carvalho: Redação do manuscrito original; Análise de dados; Redação – revisão e edição.

---

**Editor de Seção:** Fabiana Roeder