

VALORIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS E ELEMENTOS DE IDENTIDADE LOCAL A PARTIR DAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS EM PALMAS

Bárbara Rodrigues Gomes da Silva¹, Dianine Censon²

¹Estudante do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo – IFTO, campus Palmas. e-mail: <barbara.silva6@estudante.ifto.edu.br>

² Docente do IFTO, campus Pedro Afonso. E-mail: <dianine.censon@ifto.edu.br>

1 INTRODUÇÃO

Em 1923, o cinema passou a ser reconhecido oficialmente como a sétima arte através do *Manifesto das Sete Artes e Estética da Sétima Arte*, e, desde então, tem desempenhado um papel importante na formação cultural da sociedade contemporânea. Desde a primeira exibição pública de um filme, *Sortie de l'usine Lumière à Lyon* (Empregados deixando a fábrica Lumière), dirigido pelos irmãos Lumière, em 1895, o audiovisual se consolidou como uma expressão artística exercendo forte impacto social, cultural e econômico.

Ao longo do século XX, a expansão da indústria cinematográfica passou a influenciar o comportamento turístico dos telespectadores (Schofield, 1996), o interesse em conhecer presencialmente as localidades exibidas nas telas foi disseminado entre os amantes do cinema e, posteriormente, o termo popular “set-jetting”, usado em um artigo publicado no *New York Post* por Gretchen Kelly (2007), destacou o surgimento do turista que viajava motivado pelo que assistia nos filmes. Tal movimento passou a ser disseminado cada vez mais entre os cinéfilos e, assim, estava sendo criada a segmentação turística que hoje conhecemos, academicamente, como turismo cinematográfico ou *film-induced tourism* (Beeton, 2005).

No contexto brasileiro, esse fenômeno transformou e transforma locais de filmagens em pontos turísticos de relevância cultural e econômica. Exemplos mais conhecidos são a cidade de Taperoá (PB), cenário do filme *O Auto da Compadecida* e o Rio de Janeiro, palco de grandes produções nacionais e internacionais, sendo um dos destinos mais difundidos através do audiovisual. No Tocantins, unidade federativa mais jovem do país, a cadeia produtiva e cultural ainda está em estágio inicial, e o processo de promoção das obras cinematográficas produzidas no estado ainda está em desenvolvimento. Hoje o Tocantins conta com o roteiro “Nas trilhas do Tocantins”, promovido em parceria com a Associação de Desenvolvimento Turístico (ADTUR) que promove a visitação em lugares que serviram como set de filmagem de obras como o filme *Xingu* (2012) e *No coração do Deuses* (1999) (Bahia, 2021).

Diante disso, essa pesquisa se propôs a analisar elementos de obras produzidas na cidade de Palmas, capital do estado, que participaram de festivais de cinema externos, alcançando potenciais turistas.

2 OBJETIVO

Analisar os atrativos turísticos e os elementos de identidade local presentes em produções audiovisuais realizadas na cidade de Palmas que participaram de festivais de cinema, com o intuito de compreender seu potencial de valorização turística e cultural da capital tocantinense.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Inicialmente, realizou-se uma revisão de literatura por meio da busca de estudos e referenciais teóricos em bases acadêmicas como Google Acadêmico, Scielo e o Portal de Periódicos da CAPES. Essa etapa foi essencial para a construção do embasamento teórico, delimitação do objeto de estudo e definição dos instrumentos de análise. Para a coleta de dados sobre as produções audiovisuais de Palmas, fez-se contato com a Secretaria de Cultura e, por conseguinte a curadoria da fundação Cultural que disponibilizou uma lista com nove títulos, nos quais foi aplicado o critério de obras que circularam em festivais. Sob esse critério, cinco obras foram selecionadas, sendo elas *Zé Onça, relatos de uma memória*; *Prazer Ana Carolina*; *Menina bonita de trança*; *O segredo e João* e *Apoio Cultural*.

As produções foram assistidas em totalidade e anotações acerca dos atrativos turísticos e dos elementos de identidade local foram feitas. Para isso, utilizou-se a técnica de análise iconográfica de filmes, que consiste em um método de estudo dos elementos visuais de uma obra que visa entender como imagens, símbolos e representações visuais contribuem para a narrativa e a mensagem do filme, levando em conta o contexto histórico e cultural.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os filmes analisados neste trabalho não apenas expressam a diversidade do cinema palmense, mas também funcionam como dispositivos narrativos que podem contribuir para a construção de imaginários turísticos, promovendo o reconhecimento e a circulação de lugares, culturas e modos de vida locais. Sue Beeton (2005) define o audiovisual como um agente de promoção territorial e cultural, de forma que as produções cinematográficas têm a capacidade de gerar interesse turístico ao representarem espaços, práticas e identidades, criando uma conexão simbólica entre o espectador e o destino exibido na tela.

A primeira obra analisada foi o documentário *Zé Onça, relatos de uma memória*, dirigido por Túlio de Melo, com duração de 17 minutos e 1 segundo. O curta acompanha um dia na vida do senhor Zé Onça exercendo sua profissão, a pesca. Ao longo do filme, elementos identitários como as serras que cercam a capital, o lago de Palmas e o pôr do sol marcante são apresentados, se aproximando do conceito denominado por Beeton (2005) como “cenários com apelo emocional”. Outro momento

importante do documentário é a introdução do telespectador a gastronomia regional através do destaque de peixes típicos da região – como o mapará, a piranha, a corvina, o piau e o dourado -, Beeton (2005) destaca que, a gastronomia regional como parte do patrimônio imaterial é frequentemente explorada por produtos audiovisuais na promoção de destinos turísticos.

Muito prazer, Ana Carolina, de Ana Di Monteiro, musical com duração de 24 minutos e 15 segundos, foi o segundo título a compor o acervo de análise. A personagem principal é a multiartista Ana Carolina que, em busca de melhores oportunidades no campo artístico, se muda de sua cidade natal para o Rio de Janeiro. A narrativa constrói uma ponte afetiva entre suas origens e sua trajetória profissional, remetendo à ideia de pertencimento territorial e identidade cultural, elementos centrais na discussão de Beeton (2005). Para a autora, o cinema é um meio eficaz de evocação simbólica de lugares, capaz de criar um imaginário turístico baseado não apenas em paisagens, mas também em sentimentos de conexão com a cultura local.

Menina bonita de trança, com direção de Henrique Terra e Nival Correia, insere-se no gênero de aventura e possui duração de 10 minutos e 54 segundos. O terceiro curta a ser analisado se passa inteiramente dentro do ambiente escolar e aborda temas importantes como o uso do celular na pré-adolescência. Este curta-metragem contribui mais para o debate educacional do que para a promoção da cidade, visto que a obra não se apoia em símbolos que remetam a atrativos turísticos, paisagens ou espaços urbanos da capital.

O quarto título analisado foi *O segredo de João*, uma ficção dirigida por Elisângela Dantas, com duração de 18 minutos e 22 segundos. O curta acompanha a história de João que descobre a magia do cinema através do olhar apaixonado do Avô. Parte da trama se desenrola no cinema Lumière, localizado no Palmas Shopping, local com relevância histórica para a cidade, inaugurado em 1989. O curta, ao destacar o cinema como elo entre gerações e como marco urbano da consolidação do lazer e da cultura em Palmas, contribui diretamente para a construção da imagem turística da cidade — não por meio de paisagens naturais, mas através da representação do elo entre memória afetiva, cinema e identidade urbana.

Por fim, *Apoio Cultural*, uma comédia dirigida por Juliane Almeida com duração de 15 minutos e 26 segundos, também compôs este estudo. Uma vez que a obra se passa inteiramente em uma cidade fictícia, não exerce forte influência na construção da atratividade turística e identitária local.

Embora cada obra possua especificidades quanto a gênero, linguagem, público-alvo e abordagem narrativa, *Zé Onça, relatos de uma memória* e *O Segredo de João* se destacam ao

incorporarem elementos visuais, culturais e naturais da cidade, reforçando signos identitários como o lago de Palmas, que constrói no imaginário do telespectador uma vida urbana integrada a natureza. Também há destaque para o pôr do sol, que evoca a ideia de contemplação, já agregada ao cotidiano palmense, as serras, que associam a estética urbana e a estética natural, e os espaços de socialidade urbana, como o Palmas Shopping e o cinema Lumière, que atuam como marcadores da arquitetura da cidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar dos avanços significativos, o cinema produzido em Palmas ainda possui um amplo potencial a ser explorado no fortalecimento do turismo e na construção cultural e identitária da cidade. O Tocantins ainda não apresenta uma cadeia produtiva sólida, de forma que a sua inserção do estado em circuitos culturais mais amplos ainda é moderada. O elo entre audiovisual e turismo ainda está em construção, portanto, a promoção da capital do estado enquanto destino turístico carece de maiores estímulos, principalmente do setor público. Estados nortistas como o Pará e Amazonas já contam com Film Commissions e cursos superiores voltados para o cinema em suas redes de ensino federal.

A partir das análises realizadas, observa-se que apesar dos avanços significativos tanto no setor cinematográfico, quanto turístico, ainda não há uma integração efetiva naquilo que poderia ser realizado para promover Palmas como destino turístico. A ausência de cursos superiores voltados para cinema também pode ser apontada como fator limitador, visto que profissionais formados com a visão estratégica para o estímulo à economia criativa e turística colaboraria para a promoção da capital enquanto destino turístico.

REFERÊNCIAS

BAHIA, Arnaldo. ADTUR promove Roteiro de Turismo Cinematográfico nesta terça-feira em Palmas. **Secretaria da Comunicação**, 2021. Disponível em: <https://www.to.gov.br/secom/noticias/adtur-promove-roteiro-de-turismo-cinematografico-nesta-terca-feira-em-palmas/46eja59zw9jl>. Acesso em: 31 jan. 2025.

BEETON, Sue. **Film-induced tourism**. Clevedon: Channel View Publications, 2005.

KELLY, G. Set Jetting. **New York Post**, 20 fev. 2007.

SABADIN, Rogério. **História do cinema para quem tem pressa: dos irmãos Lumière à revolução dos streamings em apenas 200 páginas**. Rio de Janeiro: Valentina, 2018.

SCHOFIELD, P. **Cinematographic images of a city: Alternative heritage tourism in Manchester**. Tourism Management, 1996.