

A ATUAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES DE GESTÃO DE DESTINO NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CINEMATOGRAFICO

Priscila Fernandes Carvalho de Melo¹
Nathália Korossy²

Resumo

A partir das novas tendências de mercado, um novo nicho tem chamado a atenção de turistas em potencial e governos: o turismo cinematográfico, cuja principal motivação é a visita de destinos ou atrações relacionados a produções audiovisuais. Desta forma, a captação de produções audiovisuais passou a ser vista como uma forma de divulgar turisticamente um destino e conseqüentemente, de atrair visitantes. Porém, para que esse tipo de turismo proporcione ganhos econômicos para um destino, é necessário que a organização de gestão de destino (OGD) mantenha parcerias com agentes públicos e privados, *trade* turístico, setor audiovisual e a comunidade. Assim, esse estudo tem como objetivo compreender a atuação das OGD no desenvolvimento do turismo cinematográfico, a partir da caracterização das principais estratégias por elas empregadas no desenvolvimento do turismo cinematográfico. De natureza exploratório-descritiva, esta pesquisa empregou como método a revisão integrativa de literatura com o objetivo de viabilizar a sistematização do conhecimento científico. O levantamento do corpus da pesquisa utilizou como base de dados o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), tendo-se selecionado 129 artigos científicos potencialmente apropriados para compor a revisão, publicados entre 1990 e 2019 em periódicos internacionais indexados nesta base. A análise dos artigos foi feita de forma qualitativa, buscando-se identificar as estratégias de desenvolvimento do turismo cinematográfico executadas pelas OGD, segundo aponta a literatura internacional. Como principais achados, observou-se que para

¹ Mestranda em Hotelaria e Turismo na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Graduada em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Ciências Contábeis pela UFPB. Graduada em Turismo pela UFPB. <http://lattes.cnpq.br/9400237366442932>. E-mail: priscillajp@hotmail.com

² Doutora em Desenvolvimento Urbano na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Mestre em Geografia (área de concentração em Urbanização e Ordenamento do Território) pela Universidade de Lisboa, Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente (área de concentração em Gestão e Políticas Ambientais) pela UFPE. Professora Adjunto III do Departamento de Hotelaria e Turismo (DHT) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). <http://lattes.cnpq.br/1080452960843259>. E-mail: nathaliakorossy@gmail.com

o desenvolvimento do turismo cinematográfico, as OGD devem desempenhar ao menos quatro tipos de estratégias principais: I) utilizar as produções audiovisuais enquanto ferramenta de marketing turístico e difusão da imagem do destino; II) apoiar o setor audiovisual local e captar novas produções audiovisuais externas; III) desenvolver produtos relacionados ao turismo cinematográfico; e IV) criar parcerias e sinergias entre outros atores institucionais. Também foram identificadas as respectivas ações associadas à posta em prática das estratégias. Esses achados foram sistematizados em um esquema teórico. Desta forma, seguir o esquema teórico proposto pode auxiliar as OGD na tomada de decisão, uma vez que seus recursos são escassos e que não são todas as produções audiovisuais que promovem, com eficácia, o destino. Assim, a partir dessa pesquisa foi possível viabilizar a sistematização do conhecimento científico sobre a organização da oferta local do turismo cinematográfico, preenchendo uma lacuna teórica na área. Portanto, propõe-se que esse esquema teórico apresentado pela literatura possa ser utilizado em estudos empíricos para conhecer melhor a realidade da atuação da gestão de destino no desenvolvimento do turismo cinematográfico.

Palavras-chave: Turismo cinematográfico; Organização de gestão de destinos; revisão integrativa da literatura.