



## O papel da cultura no desenvolvimento do turismo e a influência das produções audiovisuais nos padrões de consumo

Rute Gabriela dos Santos Paes<sup>1</sup>  
André Riani Costa Perinotto<sup>2</sup>

### Resumo

A cultura é um recurso, onde atrativos artístico-culturais são vistos como objetos de investimento, sendo bastante empregados em programas de desenvolvimento econômico, principalmente no turismo. As produções audiovisuais possuem um grande impacto nesse setor e o avanço da tecnologia tornou mais acessível o consumo de produções audiovisuais, moldando também novos hábitos de consumo. Este estudo tem como objetivo explorar a relação entre a cultura, o turismo e as produções audiovisuais, destacando sua importância para o desenvolvimento econômico, bem como apresentar uma análise sobre os hábitos de consumo na sociedade atual. Para abordar a profundidade do objeto de estudo desta pesquisa, optou-se por utilizar uma abordagem metodológica que integra as perspectivas pós-moderna e interpretativista. A pesquisa é exploratória a partir de uma revisão bibliográfica de estudos de caráter qualitativo sobre os temas relacionados à cultura de consumo audiovisual, desenvolvimento do turismo, produções audiovisuais e economia criativa. A análise teórica foi a estratégia metodológica utilizada para examinar e interpretar os dados coletados da pesquisa. Constatou-se que as produções audiovisuais têm um impacto relevante na imagem de uma localidade, além de gerar diversos benefícios econômicos diretos e indiretos, contribuindo para o incentivo à criatividade e ao desenvolvimento local. Por fim, pode-se afirmar que a cultura, o turismo e as produções audiovisuais são áreas inter-relacionadas, que podem gerar efeitos econômicos positivos quando trabalhadas em conjunto. Nesse sentido, é necessário um esforço conjunto entre gestores públicos e empresários para investir na criação e promoção de atrações culturais, além de explorar o potencial das produções audiovisuais para impulsionar o turismo e a economia criativa. A pesquisa também aponta para a importância de entender os hábitos de consumo da sociedade atual e como eles são influenciados pela tecnologia, a fim de criar estratégias eficazes para atender às demandas desse mercado em constante evolução. Desta forma, o presente artigo pretende contribuir para a produção teórica nos estudos no campo do turismo por meio da valorização da importância da imagem da promoção turística e destacar a relação entre os setores do audiovisual e turismo.

**Palavras-chave:** Turismo; Cultura; Desenvolvimento; Audiovisual; Consumo.

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Email: [rgabrielasp@gmail.com](mailto:rgabrielasp@gmail.com). Lattes: [lattes.cnpq.br/1293909680689619](https://lattes.cnpq.br/1293909680689619).

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. Professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo (Mestrado) na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Email: [perinotto.arc@gmail.com](mailto:perinotto.arc@gmail.com) Lattes: [lattes.cnpq.br/9146688925419493](https://lattes.cnpq.br/9146688925419493).