



## Além das Telas: práticas e significados da experiência de lazer vivida por turistas motivados por produções audiovisuais

João Lucas de Almeida Campos<sup>1</sup>  
Christianne Luce Gomes<sup>2</sup>

### Resumo

Por retratar diversas paisagens e culturas, as produções audiovisuais podem despertar o interesse dos espectadores em conhecer as localidades exibidas na tela. Partindo dessa premissa, este artigo teve como objetivo geral compreender de que maneira os turistas motivados por produções audiovisuais vivenciam o turismo enquanto experiência de lazer. Em relação aos objetivos específicos, este trabalho propôs identificar as motivações, expectativas e percepções da viagem. Os fundamentos teórico-conceituais desta pesquisa contemplam os seus temas-chave, as principais teorias acerca do turismo induzido pelo audiovisual, no que tange a concepções, práticas e tipos. Buscou-se, ainda, aprofundar conhecimentos sobre o "turista motivado por produções audiovisuais", sujeito aqui estudado. A metodologia desta investigação quali-quantitativa do tipo descritiva utilizou, como instrumento de coleta de dados, um questionário on-line com questões fechadas e abertas, aplicado pela plataforma google forms. Ao todo, participaram 117 voluntários, recrutados por meio de divulgação da pesquisa em redes sociais, e convites enviados por e-mail. Para analisar os dados, foi escolhida a análise de conteúdo proposta por Laville e Dionne (1999), com o auxílio de nuvens de palavras geradas pelo software Nvivo. Os resultados evidenciam que as produções audiovisuais internacionais foram as principais indutoras, sendo os filmes o produto mais consumido. Desse modo, os destinos internacionais foram escolhidos majoritariamente pelo grupo para desfrutar o turismo induzido pelo audiovisual. Em geral, a viagem atendeu às expectativas desses turistas e despertou sentimentos de encantamento, autorrealização e nostalgia. A percepção acerca dos destinos visitados é que o que foi retratado na tela condiz com o que foi encontrado no local da visita. Conclui-se que as expectativas dos turistas pesquisados foram alcançadas, pois afirmaram estar satisfeitos com a experiência vivida. Entretanto, por mais que o turismo induzido pelo audiovisual seja realidade em alguns destinos turísticos, não é tão simples de alcançar em qualquer localidade, como muitas vezes a literatura romantiza o tema, e faltam políticas públicas efetivas para fomentar este campo do Turismo.

**Palavras-chave:** Turismo induzido pelo audiovisual; Turismo cinematográfico; Turistas motivados por produções audiovisuais; Lazer.

<sup>1</sup> Doutorando e Mestre em Estudos do Lazer, Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7512928827903764>. joaollucas@yahoo.com.br. Bolsista Capes.

<sup>2</sup> Doutora em Educação. Professora Titular da Universidade Federal de Minas Gerais, Pesquisadora do CNPq. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3397229266029271>. E-mail: [chris@ufmg.br](mailto:chris@ufmg.br).