



Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território, Universidade de Brasília, DF, Brasil
E-ISSN: e-ISSN: 2318-8561

DOI: <https://doi.org/10.26512/rev.cenario.v11i1.49276>

Recebido em: 22/06/2022 Aprovado em: 13/09/2022

Pereira, I.B.
<https://orcid.org/0009-0007-6224-216X>
ID Lattes [8029248667740810](https://lattes.cnpq.br/8029248667740810)
Silva, M.J.V.
<https://orcid.org/0000-0002-9649-8063>
ID lattes: [9014294331694342](https://lattes.cnpq.br/9014294331694342)
Santos, A.M.
<https://orcid.org/0000-0002-2996-2305>
ID lattes: [5362402733373994](https://lattes.cnpq.br/5362402733373994)
Lanzarini, R.
<https://orcid.org/0000-0001-6817-7177>
ID lattes: [9857446311863232](https://lattes.cnpq.br/9857446311863232)

Salvador - BA em cena: o imaginário turístico a partir de filmes do século XXI

Resumo. A construção imagética de um destino turístico pode ser influenciada pelo cinema, que possui a capacidade de criar motivações turísticas por meio da captação de imagens. Este estudo busca interpretar a produção do imaginário turístico de Salvador - BA por meio de análise de filmes do século XXI. A pesquisa, de caráter exploratório e descritivo, analisa cinco filmes (*Cidade Baixa, Ó Paí, Ó, Trampolim do Forte, Guerra de Algodão e Carnaval*) para observar a construção dessa imagem e imaginário da cidade. Os resultados indicam que a construção do imaginário de Salvador trabalhou com estereótipos já conhecidos, como o Pelourinho, o carnaval e as baianas vendendo iguarias. Elementos secundários, como as praias e as edificações, também são abordados, mas em menor grau. Esses elementos contribuem para a expectativa turística dos espectadores e endossam o imaginário turístico da cidade.

Palavras-chave: Salvador. Imagem. Imaginário. Turismo. Cinema.

Salvador - BA on screen: the tourist imaginary in 21st century films

Abstract. The image construction of a tourist destination can be influenced by cinema, which has the ability to create tourist motivations by capturing images. This study seeks to interpret the production of the tourist imaginary of Salvador - BA through the analysis of 21st century films. The exploratory and descriptive research analyzes five films (*Cidade Baixa, Ó Paí, Ó, Trampolim do Forte, Guerra de Algodão and Carnaval – 2021*) to observe the construction of this image and imaginary of the city. The results indicate that the construction of Salvador's imaginary worked with already known stereotypes, such as the Pelourinho, the carnival and the baianas selling delicacies. Secondary elements, such as beaches and buildings, are also addressed, but to a lesser extent. These elements contribute to the tourist expectations of the spectators and endorse the tourist imaginary of the city.

Keywords: Salvador. Image. Imaginary. Tourism. Cinema.

Salvador - BA en escena: el imaginario turístico a partir de películas del siglo XXI

Resumen. La construcción imaginaria de un destino turístico puede ser influenciada por el cine, el cual tiene la capacidad de crear motivaciones turísticas a través de la captación de imágenes. Este estudio busca interpretar la producción del imaginario turístico de Salvador - BA mediante el análisis de películas del siglo XXI. La investigación, de carácter exploratorio y descriptivo, analiza cinco películas (*Cidade Baixa, Ó Paí, Ó, Trampolim do Forte, Guerra de Algodão y Carnaval*) para observar la construcción de esta imagen e imaginario de la ciudad.

Los resultados indican que la construcción del imaginario de Salvador se basó en estereotipos ya conocidos, como el Pelourinho, el carnaval y las baianas vendiendo comidas típicas. Elementos secundarios, como las playas y las edificaciones, también son abordados, aunque en menor medida. Estos elementos contribuyen a las expectativas turísticas de los espectadores y respaldan el imaginario turístico de la ciudad.

Palábras clave: Salvador. Imagen. Imaginario. Turismo. Cine.

Como citar: (APA) Pereira, I.B; Silva, M.J.V; Santos, A.M; Lanzarini, R. Salvador-Ba em cena: o imaginário turístico a partir de filmes do século XXI. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, doi.10.26512/rev.cenario.v11i1.49276. p.384-400.

Implant: Introdução

O turismo contemporâneo é promovido por diversos elementos, incluindo a imagem e o imaginário turístico. A imagem é a representação visual que o destino deseja transmitir e que os turistas percebem, enquanto o imaginário refere-se às expectativas criadas com base na imagem projetada. O cinema é um exemplo significativo dessa aplicação, pois promove imagens e expectativas, positivas ou negativas. Os termos "vender imagem" ou "passar a imagem" são utilizados na interface entre turismo e audiovisual, que envolve a televisão, fotografia e obras cinematográficas, entre outros meios, com o objetivo de divulgar os destinos turísticos (Baldissera, 2003).

Salvador (BA) é uma das cidades brasileiras mais retratadas no cinema nacional, em grande parte devido ao seu contexto histórico, raízes culturais, importância econômica e representação de questões sociais relevantes para o Brasil. Como o município mais populoso do Nordeste e o quarto mais populoso do país, o turismo é uma das principais atividades econômicas, de acordo com o IBGE (2022). O sincretismo religioso, que é um elemento fundamental da identidade soteropolitana, também é frequentemente abordado e discutido nas obras que retratam a cidade, muitas vezes em cenários icônicos como o Pelourinho e as baianas vendedoras de acarajé, que fazem parte do imaginário criado a partir das cenas captadas já na primeira metade do século XX.

O Pelourinho, um dos principais pontos turísticos da cidade, originalmente era usado como um local de punição para escravos, mas com o passar do tempo, as edificações de moradia foram deixadas de lado em prol da expansão da cidade. No entanto, o local passou por um processo de revitalização, o que o tornou novamente um local procurado por pessoas de classes mais baixas (Zanirato, 2007, p. 35).

A imagem de Salvador muitas vezes é baseada em estereótipos antigos que são retratados não apenas em meios de entretenimento como cinema, televisão, música, teatro e literatura, mas também por responsáveis pela promoção do turismo. A alegria contagiante, o turismo de sol, mar e lazer, o sincretismo religioso e as raízes gastronômicas do Pelourinho são exemplos de imagens enfatizadas na representação e divulgação da cidade. Embora esses estereótipos ainda sejam fortes no cotidiano dos moradores de Salvador, Simões (2009) destaca que essas imagens são parte de uma Salvador antiga e não refletem a cidade contemporânea e urbana que ela se tornou.

Ao nos referirmos aos imaginários presentes nas ideias dos potenciais turistas de Salvador (BA), podemos associá-los ao olhar mercadológico de Nunes e Carvalho (2015, p.1), que afirmam que "quando um determinado local é representado em um filme, esse mesmo lugar passa a estar vinculado ao cinema e, por conseguinte, transforma-se em um produto comercializável". Portanto, podemos entender que o produto "Salvador" não se limita apenas ao que é concretamente, mas também é influenciado por imaginários construídos por meio de divulgações nas mídias. Essas mídias apresentam visões que podem ser distorcidas, mas direcionadas por intenções romantizadas, dramáticas, cruéis, críticas, comerciais ou palatáveis presentes em obras cinematográficas, televisivas, literárias, musicais, jornalísticas

ou promocionais. Essas intenções na criação de imaginários são o alvo de interesse desta pesquisa.

Seguindo a perspectiva de Nunes e Carvalho (2015, p. 6), acreditamos na relação entre turismo e cinema, já que "na exibição de um filme, o impacto das imagens pode criar motivações turísticas". Alinhados com essa ideia, trazemos Silva *et al.* (2011, p. 9) que consideram a imagem como um recurso que "transporta" o espectador para lugares imaginados ou recriados, despertando o desejo de estar presente e vivenciar as atmosferas retratadas nas obras cinematográficas. No entanto, há também o risco de a imagem reproduzida não gerar imagens positivas, como é o caso de filmes que retratam violência, pobreza, corrupção e outras questões problemáticas da sociedade, incluindo a cidade de Salvador.

A partir do que foi apresentado, formulamos a seguinte pergunta de pesquisa: qual é a natureza do imaginário turístico contemporâneo de Salvador (BA), construído a partir de obras cinematográficas ambientadas na cidade, produzidas no século XXI?

O objetivo geral deste trabalho é interpretar a construção do imaginário turístico contemporâneo de Salvador (BA) por meio de obras cinematográficas do Século XXI. Os filmes selecionados para análise são Cidade Baixa (2005), Ó Paí, Ó (2007), Trampolim do Forte (2010), Guerra de Algodão (2018) e Carnaval (2021). Para atingir esta proposta, os objetivos específicos são: contextualizar historicamente o turismo em Salvador, identificar os elementos centrais do imaginário turístico de Salvador presentes nas produções audiovisuais selecionadas e sintetizar, em elementos gráficos, a experiência turística de Salvador baseada nessas obras.

Plongéeⁱⁱ: Referencial Teórico

A definição da palavra "imagem" é complexa e abrange múltiplos significados, o que dificulta a sua compreensão de maneira unívoca. A interpretação de uma imagem muitas vezes está relacionada à relação de afeto ou desafeto que o indivíduo tem com o objeto retratado. Ou seja, é a partir do sujeito que a imagem pode adquirir algum sentido, tanto no contexto de sua criação quanto no de sua percepção (Chagas, 2009).

A imagem é um elemento crucial no setor turístico, pois está intimamente ligada às paisagens, culturas, construções e, principalmente, à população local. Como afirmam Silva, Bezerra e Nóbrega (2019, p. 2), "a imagem desempenha um papel fundamental na realização da atividade turística, estando presente desde a fase de escolha do destino até o pós-viagem".

Considerando que a imagem de um destino é mutável e pode ser transformada durante a visita às suas atrações, Chagas (2009, p. 3) argumenta que a imagem de um destino é extremamente relevante para o processo de desenvolvimento do turismo em uma região, não apenas como um meio de diferenciar-se de seus concorrentes potenciais, mas também como uma tentativa de promover o desenvolvimento sustentável da região por meio do suporte econômico.

A construção da imagem de um destino turístico, seja com o objetivo de se destacar em relação aos concorrentes ou para o desenvolvimento de uma marca turística própria, requer uma abordagem cuidadosa, pois pode haver um risco de que essa imagem seja mais valorizada do que a própria realidade do atrativo em questão. A divulgação e a simbologia atribuída à imagem são os principais fatores que atraem o turista, muitas vezes superando a importância do próprio atrativo (Fagerlande, 2015).

A compreensão de que a criação de imagens idealizadas pode ser prejudicial não só para a forma como o destino é percebido, mas também para a experiência do visitante, revela que a imagem tem o poder de ser tanto o produto quanto a produtora do imaginário (Laplantine; Trindade, 2017). Ela tem a capacidade de produzir percepções particulares em cada indivíduo, de acordo com as simbolizações projetadas em determinada imagem. Essa

construção do imaginário através de imagens não é uma novidade da pós-modernidade, mas está presente na formação das sociedades desde tempos remotos, apesar da intensa relação entre imagem e imaginário na atualidade.

Conforme Golets (2019, p. 20), "uma imagem idealizada pode levar o turista à frustração, caso não encontre o local do jeito que imaginava". Isso mostra que o processo de ultrapassar os sentidos reais da atração turística pode ser prejudicial, tanto para a forma como o destino é percebido quanto para a experiência do visitante, que pode encontrar discrepâncias entre a imagem idealizada e a realidade.

O imaginário turístico é produzido entre os grupos e indivíduos, representando um destino de forma virtual. Ele cria o desejo, torna o lugar atrativo e contribui para a concretização de um plano de viagem. Esse imaginário consegue transitar entre esferas díspares, permitindo que o turista possa agir de maneira incisiva na viagem (Gravari-Barbas; Graburn, 2012).

Dado que o imaginário é caracterizado por sua multiplicidade e dinamicidade, há diversos meios pelos quais ele pode ser construído, como a música, o audiovisual, a fotografia, a literatura e outras formas de expressão.

No campo audiovisual, que engloba cinema, novelas, videoclipes, entre outros, o imaginário não se restringe apenas a lugares, mas também a pessoas e situações específicas. A construção da imagem, com todos os seus elementos, como luz, som, silêncio, cores, ritmos, entre outros, é responsável pela intenção manipuladora geradora do imaginário. Nesse sentido, Gubernikoff (2009, p. 4) explica que "a construção da imagem - cenários, figurinos, maquiagem, etc. - a composição da imagem na tela, o movimento dentro do quadro dos atores, gera significados relativos à espacialidade do enredo".

De acordo com as relações entre o imaginário e o audiovisual, o cinema tem uma dupla função. Ele pode servir de intercessão para a projeção de uma imagem-imaginário e ajudar a compreender esse mesmo imaginário criado (Costa, 2011). Essa percepção se alinha com a ideia de que existe uma relação entre o imaginário e o cinema, e que, portanto, eles interagem entre si (Barbizan, 2010).

No mesmo contexto cinematográfico e em relação à atividade turística, Tavares, Araújo e Whebber (2019, p. 4) afirmam que "o imaginário e os sentimentos acabam se tornando elementos fundamentais no consumo humano, inclusive no consumo de experiências turísticas". Ou seja, a conexão entre o imaginário e os sentimentos despertados pode criar motivações turísticas.

Compreendendo essa perspectiva, o turismo é uma atividade que depende da utilização da imagem para sua promoção, atraindo visitantes e promovendo destinos. O cinema, por sua vez, é um propagador de imagens e criador de imaginários, com cenas capturadas propositalmente ou não, promovendo destinos, como Paris, a cidade do amor em filmes como *Moulin Rouge* (2001), Rio de Janeiro como uma cidade violenta em *Cidade de Deus* (2002), *Tropa de Elite* (2007), *Os Mercenários* (2010) e *Velozes e Furiosos* (2011), ou como a cidade maravilhosa e vibrante em Rio (2011) e *Crepúsculo: Amanhecer – Parte 1* (2011).

Ao utilizar o cinema como ferramenta propulsora do turismo por meio de suas imagens, é possível despertar desejos nos turistas em potencial. Nesse sentido, entra em jogo a ideia do marketing territorial, onde Duque (2013, p. 40) define como a "criação e divulgação de imagens fortes e positivas dos territórios em questão".

De acordo com Nunes e Carvalho (2015, p. 3), o sucesso do turismo de cinema depende não só da capacidade do filme em atrair visitantes, mas também dos esforços das entidades responsáveis pelo turismo na região em implementar estratégias eficazes de desenvolvimento local, garantindo assim a atratividade turística. Esse fenômeno é conhecido como marketing territorial e está diretamente ligado às ações conjuntas entre cinema e turismo.

A percepção da relação entre turismo e cinema está diretamente ligada à interpretação da imagem capturada e do imaginário criado pelos espectadores, conforme mencionado anteriormente. Segundo Silveira e Baptista (2017, p. 7), a viagem inicial é mental e imaginária, constituindo uma matriz imagética de significação e identificação para aqueles que estão assistindo. Esse aspecto é importante porque, uma vez que o turismo opera por meio de imagens, os turistas adquirem uma imagem seduzida pelo imaginário antes de decidirem comprar um destino (Silva, 2011).

Portanto, o cinema tem o potencial de transformar a realidade de certas localidades, ao mudar a percepção e visão dos espectadores sobre determinado lugar. Se uma região é retratada de forma positiva no cinema, ela pode se tornar um destino turístico atraente (Silva, 2011).

A vinculação entre cinema e turismo criou um movimento turístico baseado em imagens e imaginários gerados pela produção e reprodução de obras audiovisuais, conhecido como turismo cinematográfico. O Ministério do Turismo (2007, p. 4) define o turismo cinematográfico como a visita de turistas a locais ou atrações que aparecem na tela do cinema, TV, vídeo doméstico e internet. Duarte (2020) argumenta que esse nicho turístico é responsável por influenciar o interesse e o fluxo de turistas para determinados destinos, não se restringindo apenas às salas de cinema.

Essa ideia é reforçada por Albernaz (2009, p. 17), que afirma que o turismo cinematográfico se caracteriza pelo movimento dos turistas em duas direções: visitar as estruturas que abrigam as produções cinematográficas e os mecanismos que dão forma a esse mundo de fantasia, por meio de visitas aos estúdios e sets de filmagem, e conhecer os destinos e cenários (locações) onde a narrativa do filme que inspirou a viagem ocorreu, na tentativa de vivenciar os momentos e emoções criados no filme e internalizados pelo espectador-turista.

Embora o turismo cinematográfico seja abordado pelos conceitos de Albernaz (2009, p. 17), existe uma outra vertente que destaca os impactos econômicos e sociais gerados pela estada da equipe de produção da obra audiovisual, bem como as estruturas criadas durante esse período. Essa presença gera efeitos positivos no comércio local, que vão desde a procura por hospedagem para a equipe técnica e atores até gastos com alimentação, transporte, artistas gráficos, segurança, locação de equipamentos, figurinistas e outros. Essas contribuições fomentam a economia do município ou região onde a produção ocorre, uma vez que muitos desses itens não são encontrados no destino e precisam ser adquiridos em cidades vizinhas durante o período de estada dos profissionais.

Essas informações são respaldadas pelos dados do Ministério do Turismo (2007, p. 6), que destacam que uma produção audiovisual emprega diretamente cerca de 75 pessoas (técnicos, atores e figurantes) e cerca de 500 indiretamente, como bombeiros, treinadores de animais, motoristas de ônibus, maquiadores, costureiras, artistas gráficos, carpinteiros, mestres-de-obras, pintores, eletricitistas e cozinheiros. Entre 40% e 60% dos custos de uma produção podem estar associados à contratação de produtos e serviços locais, como objetos de decoração, tecidos, papelaria, materiais de construção e outros itens necessários para a composição dos sets de filmagem e figurinos dos atores.

A partir dessa perspectiva, surge o conceito do *Film Commission*, que é um importante agente na captação de novas obras, divulgando a cidade e seus pontos fortes. Originado nos Estados Unidos, o ele surgiu da necessidade das empresas cinematográficas de serem representadas perante o governo local, de modo a poderem rodar as filmagens com segurança (*Association Of Film Commissioners International*, 2022). Conceitualmente, trata-se de uma instituição pública especializada e sem fins lucrativos, que tem como objetivo fornecer suporte aos produtores de conteúdo, promovendo os destinos através das filmagens nas locações selecionadas (Solot, 2015).

No entanto, é crucial reconhecer que tipo de imaginários essas produções audiovisuais podem evocar nos espectadores, e ter cuidado com a estereotipagem ou a imagem-imaginário negativo desses locais. Isso pode ocorrer por meio da representação

cultural do povo local ou das histórias fictícias criadas a partir daí, uma vez que essa será uma das poucas - ou única - caracterização imagética que os espectadores terão e que, posteriormente, se transformará em um imaginário (Brito; Vieira; Perinotto, 2019).

A representação estereotipada de locais no cinema pode ser resultado de motivos técnicos ou ideológicos, que retratam uma realidade tomada como verdadeira pela imaginação de outras pessoas (Langer, 2004). Na animação Rio (2011), produzida pela *20th Century Fox*, é fácil perceber a recorrência de elementos do imaginário associados à "cidade maravilhosa" como o carnaval, o futebol e as escolas de samba do Rio de Janeiro. Esses estereótipos são carregados há décadas, sendo reproduzidos por meio das artes, da mídia e das campanhas turísticas promovidas pelo próprio governo brasileiro para o mundo.

Um exemplo do estereótipo sobre a violência no Brasil pode ser encontrado em um dos filmes nacionais mais famosos internacionalmente, *Cidade de Deus* (2002). O longa retrata a vida em uma das favelas mais violentas do Rio de Janeiro, seguindo a história de um jovem negro e pobre que escapa do destino comum de jovens locais por meio de sua habilidade na fotografia. Além da violência frequente, o filme também aborda temas como pobreza e corrupção, criando imagens conflitantes do cenário urbano brasileiro e influenciando a percepção de espectadores sobre o Rio de Janeiro como destino turístico. Estudos demonstram que a imagem negativa do Rio de Janeiro foi reforçada após a visualização do filme por alguns espectadores (Tavares, 2016).

O turismo é uma atividade que envolve deslocamento e, por isso, a utilização de mecanismos para estimular as motivações turísticas é necessária (Silva, 2011). No caso de representação de um país, como o Brasil, temas sensíveis podem gerar aversão nos turistas, exigindo maior cuidado na promoção e na produção da obra.

Nesse contexto, o cinema é uma ponte importante na construção do imaginário turístico de um destino e na disseminação da atividade turística, impactando diretamente no comportamento dos turistas, seja em um destino iniciante ou consolidado. Diante disso, abre-se espaço para a discussão da concepção do imaginário turístico de Salvador - BA apoiado nos filmes já mencionados.

Campo, contra campo e fora do campo ⁱⁱⁱ: Metodologia

A pesquisa realizada tem caráter qualitativo e é exploratório-descritivo, com o objetivo de realizar uma análise documental para contextualizar brevemente a história do turismo em Salvador - BA. Além disso, busca identificar, descrever e analisar filmes nacionais do século XXI que retratam a capital baiana contemporânea, utilizando uma análise de conteúdo das cenas das obras selecionadas.

O estudo adota uma abordagem qualitativa de natureza exploratória-descritiva, com o propósito de realizar uma análise documental para contextualizar brevemente a história do turismo em Salvador - BA, identificar, descrever e analisar os filmes nacionais (do Século XXI) que retratam a capital baiana contemporânea e, em seguida, realizar uma análise de conteúdo, por meio da definição de unidades de contexto e de registro. Para dar suporte a esta análise, foram selecionados elementos que compõem a imagem de um destino turístico de acordo com Santana (2009) e relacionados às perspectivas de cada temática, visando compreender como se constrói a imagem e o imaginário turístico do destino Salvador. A partir dessas unidades de registro, é possível identificar as particularidades que compõem a imagem da cidade de Salvador.

Tabela 1 - Adaptação dos Atributos Constitutivos da Imagem de um destino

Qualidade da experiência	Meio ambiente e Economia	Atrações /Atividades	Cultura e Sociedade
Hospedagem	Clima/ Praias		
Alimentação	Paisagens		Forma de vida local

Transporte	Vida urbana	Atividades de lazer	Qualidade de vida
Vida noturna	Lugares de interesse histórico-cultural	Atividades culturais	Exotismo

Fonte: Adaptação de Santana (2009, p. 114)

A partir das análises realizadas com base na Tabela 1, é realizada a síntese das imagens do destino por meio de um quadro livre com foco em incidências. Neste quadro, foram destacados os elementos mais marcantes e recorrentes na maioria das obras, que contribuem para a formação do imaginário turístico de Salvador por meio dos filmes.

Mise-en-scèn ^{iv}: Análise dos dados

Luz: Contexto histórico do turismo em Salvador

Para iniciar a contextualização histórica do turismo em Salvador é importante destacar que a cidade foi a primeira capital brasileira, devido à sua posição geográfica privilegiada em relação às rotas europeias transoceânicas. Ao longo do tempo, Salvador se tornou um importante ponto de recebimento e escoamento de produtos, bem como um destino para africanos escravizados, que eram utilizados principalmente para trabalhos braçais na colônia. Portanto, as atividades de locomoção já ocorriam intensamente na região de Salvador desde os primeiros séculos do Brasil colonial, embora não fossem para fins turísticos de lazer, mas sim para fins comerciais.

No entanto, ao avançar na história e chegar ao início do século XX, quando o turismo começa a se consolidar no Brasil, Salvador não era apresentada aos turistas e veículos de divulgação como é hoje em dia. O planejamento turístico da época focava especificamente nos elementos urbanos e arquitetônicos da cidade, monumentos e cenários naturais, ignorando os aspectos sociais e culturais mais populares e dinâmicos. Acreditava-se que a apresentação de uma cidade moderna e "civilizada" seria mais atrativa para os turistas. Essas ações chegaram a ditar novas regras para a população local, controlando ou proibindo diversas atividades comuns, como o carnaval e os festejos populares em praças e avenidas. Também houve tentativas de diminuir a cultura afro-brasileira, controlando os costumes das raízes africanas nas festas e celebrações de rua. (Silva; Dias, 2009)

Entre as décadas de 1930 e 1940, ocorreram reformas significativas no centro de Salvador, com foco em funções administrativas e comércio. A Rua Carlos Gomes, Ladeira da Praça e outras cinco ruas foram alargadas e a Rua da Ajuda foi conectada à Praça da Sé. Essas mudanças foram justificadas como um meio de modernizar o centro e melhorar as vias centrais, aumentando o fluxo de pessoas no parque comercial da cidade. Elas faziam parte das intenções de José Joaquim Seabra de modernizar Salvador e foram descritas por Kelsch (2018).

Durante a década de 1930, surgiu uma seção governamental voltada para o turismo, mas em um ritmo lento. Essa seção permaneceu assim até a metade da década de 1950, quando foi apresentado o primeiro roteiro turístico da cidade. Também nessa década, foi lançado o primeiro Plano Diretor Municipal do país, com algumas estratégias voltadas para a construção de uma imagem do destino Salvador. A partir da sede da Diretoria Municipal de Turismo de Salvador, localizada no Belvedere da Sé, as estratégias começaram a tomar forma. Foi criado um monumento esculpido em pedra-sabão para atrair turistas, e o espaço foi transformado em um local turístico da Bahia, onde os visitantes podiam depositar moedas para obter mais sorte. Essas informações foram descritas por Guerreiro (2008).

O Plano Diretor Municipal de Salvador reconheceu a importância de capacitar a mão de obra dos profissionais do setor turístico, incluindo taxistas e guardas municipais, além de oferecer cursos gratuitos de culinária local. A partir de 1958, canções de grandes compositores baianos, como Dorival Caymmi, foram incorporadas na publicação do roteiro turístico de Salvador, que retratava os locais mencionados nessas canções. No ano seguinte,

a Diretoria Municipal de Turismo foi substituída pelo Departamento de Turismo e Diversões Públicas, liderado por Vasconcelos Maia, que investiu em hotelaria, acessibilidade e receptivo. Maia também promoveu cursos de profissionalização para as senhoras da elite baiana, que até então eram consideradas guias de turismo. Sob a liderança de Maia, artistas locais foram incentivados a contribuir para os planos de ação municipal, e foram realizados concursos carnavalescos, documentários e filmes que destacavam a Bahia como um destino turístico. No entanto, com o golpe militar de 1964, a queda dos governos locais encerrou a gestão de Maia e seus planos de ação foram interrompidos.

O trio elétrico é um dos elementos mais marcantes da cultura baiana contemporânea. Embora tenha surgido na década de 1950, foi na segunda metade dos anos 1970 que começou a ganhar força, quando as festas carnavalescas passaram a ser realizadas nas ruas e houve a privatização dos blocos acompanhados pelos trios elétricos (Ayêska, 2005). Na década de 1980, a fusão da música característica do trio com as guitarras baianas e as percussões dos blocos afros levou Salvador a usar suas peculiaridades culturais como elementos de marketing turístico. As danças, religiões, gastronomia, literatura, capoeira e música - especialmente o axé music - foram destacadas nas estratégias publicitárias, evidenciando a singularidade dos costumes locais. A música baiana, influenciada pelas culturas africanas, tornou-se um ponto forte do estado no cenário turístico nacional e referência em diversos campos de estudo (Guerreiro, 2008).

Durante a década de 1990, teve início a revitalização do centro histórico de Salvador, especialmente na região do Pelourinho, que havia entrado em decadência, mas possuía grande importância cultural para a cidade. O objetivo do projeto era recuperar prédios em situação precária e melhorar a qualidade de vida dos residentes. No entanto, essa iniciativa teve implicações sociais significativas, resultando na expulsão da população local e na transformação da área em um espaço voltado para o comércio e o turismo, processo conhecido como gentrificação - a remoção de moradores de bairros periféricos para dar lugar a áreas nobres, destinadas a negócios, turismo e obras governamentais.

Os prédios, uma vez restaurados, foram transformados em novos espaços que combinavam diferentes usos. Os andares térreos, antes residenciais, foram adaptados para abrigar lojas de souvenir voltadas para o turismo, bares e restaurantes. Os casarões e sobrados, por sua vez, foram transformados em galerias de arte, museus e outros espaços culturais (Nobre, 2003).

O processo de transformação dos prédios do Pelourinho seguiu uma perspectiva cenográfica, que não respeitou as cores originais dos edifícios e os transformou em produtos turísticos, com o objetivo de atrair mais visitantes. Essa mudança resultou em uma nova imagem do Pelourinho, com apresentações culturais nas ruas e vielas, que antes eram reprimidas em público. Essa nova imagem turística foi amplamente divulgada em promoções de destinos, novelas, filmes, músicas e outras formas de arte, e é reconhecida até os dias atuais (Cifelli; Peixoto, 2012).

O surgimento da estereotipagem da Bahia teve início na década de 1970, com o uso da expressão "baianidade" como forma de resumir as construções imaginárias sobre a Bahia criadas por terceiros, resultantes da reprodução das artes e discursos do próprio povo baiano. A música de Dorival Caymmi, como "O que é que a baiana tem?" (1939), e Carmen Miranda, que interpretou "No tabuleiro da baiana" (1936), ajudaram a perpetuar a ideia da sensualidade da mulher baiana. A literatura de Jorge Amado também contribuiu para essa imagem, com obras como Gabriela e Tieta. A estereotipagem do carnaval surgiu com o aumento das atividades turísticas na Bahia, impulsionando a divulgação desse elemento por todo o trade turístico. No entanto, essa imagem não representa a totalidade da cultura baiana e é importante destacar a diversidade e riqueza cultural do estado (Bezerra, 2011).

O estado da Bahia é responsável por grande parte das atividades turísticas realizadas no Brasil, como já mencionado anteriormente neste trabalho. Isso se deve em grande parte à celebração de grandes eventos anuais, como a Festa de Iemanjá, que ocorre a cada 2 de fevereiro e tem uma forte presença cultural entre os residentes e devotos locais, bem como

as celebrações de carnaval, através dos circuitos do Barra-Ondina pelos trios elétricos e os tradicionais blocos de rua. O Pelourinho e o Elevador Lacerda são os principais elementos de patrimônio histórico com apelo turístico em Salvador.

Câmera: Imaginários criados a partir das produções

Figura 1 – Ficha técnica de 'Cidade Baixa'

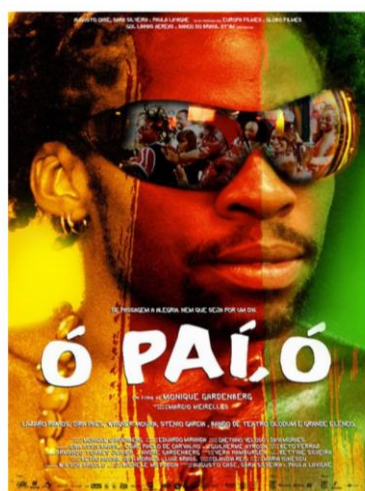


CIDADE BAIXA	
Ano	2005
País	Brasil
Duração	93 minutos
Gênero	Drama
Roteiro	Sérgio Machado; Karim Aïnouz
Direção	Sérgio Machado
Produção	Mauricio Andrade Ramos; Walter Salles

Fonte: elaboração própria, 2022.

O filme retrata a história de Deco e Naldinho, dois amigos de infância que se encontram em um barco de carga a caminho de Salvador. Durante a viagem, eles conhecem Karina, uma prostituta que aceita uma carona com eles. A convivência do triângulo amoroso é marcada por conflitos e violência ao longo do tempo. A trama se passa em uma Salvador periférica, popular e vibrante que é retratada no filme.

Figura 2 – Ficha técnica de 'Ó Paí, Ó'



Ó PAÍ, Ó	
Ano	2007
País	Brasil
Duração	96 minutos
Gênero	Comédia; Drama
Roteiro	Monique Gardenberg
Direção	Monique Gardenberg
Produção	Augusto Casé; Paula Lavigne

Fonte: elaboração própria, 2022.

No filme Ó Paí, Ó, o cortiço de Dona Joana abriga uma comunidade singular e hilária, onde a falta de recursos básicos, especialmente água, é um desafio constante. No entanto, todos compartilham uma paixão: o carnaval. As ruas do Pelourinho, no centro histórico, são palco para a alegria contagiante dessa festa, mas também testemunham os conflitos sociais, o racismo e o genocídio da população negra.

Figura 3 – Ficha técnica de ‘Trampolim do Forte’



TRAMPOLIM DO FORTE

Ano	2013
País	Brasil
Duração	90 minutos
Gênero	Drama
Roteiro	João Rodrigo Mattos
Direção	João Rodrigo Mattos
Produção	Alexandre Basso; Uwe Dresch

Fonte: elaboração própria, 2022.

A vida é um desafio constante para os meninos que vivem na vizinhança da Praia do Porto da Barra. Déo e Felizardo são dois garotos que almejam uma vida melhor, porém enfrentam inúmeros obstáculos, desde o trabalho matinal até a violência das ruas de Salvador, além da relação da cidade com o mar.

Figura 4 – Ficha técnica de ‘Guerra de Algodão’



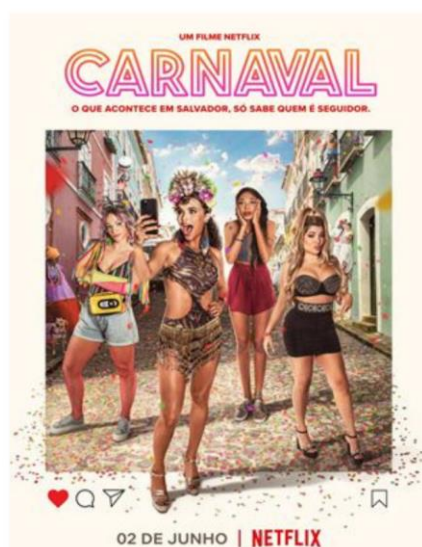
GUERRA DE ALGODÃO

Ano	2018
País	Brasil
Duração	82 minutos
Gênero	Drama
Roteiro	Cláudio Marques
Direção	Cláudio Marques; Maria Hughes
Produção	Cláudio Marques; Maria Hughes

Fonte: elaboração própria, 2022.

Dora deixa a Alemanha e segue para Salvador devido às dificuldades financeiras de sua mãe. Ela se instala na casa de sua avó Maria, uma renomada atriz aposentada. Inicialmente insatisfeita com o ritmo da cidade, Dora busca maneiras de retornar à Alemanha. Porém, com o passar do tempo, as histórias de vida de sua avó, o convívio com a cena cultural local e novos afetos a levam a reescrever sua relação com o entorno.

Figura 5 – Ficha técnica de ‘Carnaval’



CARNAVAL

Ano	2021
País	Brasil
Duração	94 minutos
Gênero	Comédia
Roteiro	Audemir Leuzinger; Leandro Neri
Direção	Leandro Neri
Produção	Angelo Gastal; André Carreira

Fonte: elaboração própria, 2022.

No filme *Carnaval*, Nina é presenteada com uma viagem para Salvador e decide levar suas três amigas, Michelle, Vivi e Mayra. Influenciada pela vida de digital influencer no Instagram, Nina fica obcecada em atingir a marca de 1 milhão de seguidores, colocando em risco sua relação com as amigas de longa data. O enredo se desenrola em uma Salvador turística, repleta de pontos históricos, culturais e naturais, hotéis de luxo à beira-mar, grandes festas e camarotes no meio dos circuitos dos trios elétricos do carnaval. Este é o filme mais recente dentre os analisados

Ação: Análise dos filmes

Com base nas cenas analisadas em cada um dos filmes e nas categorias previamente estabelecidas para comparação no Quadro 2, a avaliação da qualidade da experiência buscou observar os elementos presentes nas cenas, como os cenários, equipamentos relacionados à hospedagem, alimentação, transporte e vida noturna.

Na categoria de hospedagem, verificou-se que, em alguns filmes, as moradias foram apresentadas como cenários, em vez de meios turísticos de hospedagem. Em *Trampolim do Forte*, o Hotel Porto da Barra, localizado na Avenida Sete de Setembro, serviu como cenário para cenas noturnas e diurnas enquanto os personagens conversavam sobre suas vidas. O hotel é vertical, simples e parece estar sediado em um prédio antigo revitalizado. Em *Cidade Baixa*, o Hotel Paraíso, situado na Ladeira da Praça, foi identificado como o equipamento de hospedagem, embora tenha aparecido apenas sua fachada ao fundo e borrada, transmitindo uma sensação de local relativamente perigoso. O hotel é aparentemente sediado em um edifício secular sem as devidas manutenções externas. Em *Carnaval*, as amigas e a maioria dos personagens ficaram hospedados no Tivoli Ecoresort, um hotel de luxo com piscina, banheiras de hidromassagem e vista para o mar, localizado na Praia do Forte, a 30 km de Salvador. Isso contrasta com a visão apresentada dos cortiços de moradia e hospedarias decadentes, que mostram a perceptível falta de estrutura e infraestrutura e má conservação das construções e evidenciam a simplicidade dos espaços comuns aos residentes.

Nos filmes analisados, a alimentação é apresentada de diferentes maneiras, seja na forma como é servida ou no ato de se alimentar. Alguns pratos típicos da cultura brasileira e local são representados, como o acarajé, cocada, vatapá e camarão, que são vendidos por mulheres negras vestidas com trajes típicos da baiana em Ó paí, Ó, *Trampolim do Forte* e *Carnaval*. As vendas acontecem principalmente no Pelourinho. Além disso, as feiras livres,

tipicamente nordestinas e bastante agitadas, servem de cenário para Cidade Baixa e Ó, paí, Ó. Nessas cenas, é possível perceber a falta de higiene em alguns casos. Os filmes Trampolim do Forte e Guerra de Algodão apresentam lanchonetes e supermercados como cenários que também se alinham à perspectiva da alimentação.

Na maioria dos filmes analisados, foram identificados quatro meios de transporte, sendo dois deles comuns em qualquer cidade grande. O táxi, representado de forma clandestina, alugada ou falsificada, é utilizado para o traslado do aeroporto para o Pelourinho em "Ó Paí, Ó", o que pode trazer insegurança para os turistas que visitam Salvador.

Em "Guerra de Algodão", o táxi serviu como meio de transporte urbano, porém, a cena se torna nada convidativa quando o taxista se recusa a realizar a viagem sem dizer ao menos uma palavra, levando a personagem Dora a optar pelo ônibus urbano. O ônibus, aparentemente bem conservado e seguro, apareceu apenas como elemento do cenário de fundo em "Cidade Baixa", enquanto em "Guerra de Algodão" e "Trampolim do Forte", serviu como meio de transporte para a personagem principal em momentos de reflexão e passeio pela cidade, e na caótica prática de utilização de transporte público com a representação do furto praticado pelos meninos roubando as carteiras dos passageiros, respectivamente expressos em cada obra.

O terceiro meio de transporte comumente apresentado foi o barco. A Baía de Todos os Santos tem uma relação histórica com o meio aquaviário e isso é evidenciado em alguns filmes. Embarcações populares aparecem em diversos momentos em "Cidade Baixa" e eram o meio de trabalho e transporte que os personagens centrais utilizavam na grande maioria das vezes.

Em "Trampolim do Forte", o barco também foi utilizado como meio de transporte para atravessar o mar de Salvador até a Ilha de Vera Cruz. Outras embarcações aparecem em "Guerra de Algodão" durante os festejos da Festa de Iemanjá, expressando toda a cultura de oferendas ao orixá. Curiosamente, "Guerra de Algodão" também trouxe um meio de transporte bastante atípico, o Plano Inclinado do Pilar, um bondinho típico de Salvador, utilizado para transportar Dora do bairro do Pilar na Cidade Baixa até o bairro Santo Antônio Além do Carmo na Cidade Alta.

Além disso, o Elevador Lacerda é importante para a locomoção de pessoas da Cidade Baixa para a Cidade Alta e vice-versa, embora não tenha sido mostrado seu uso. Já em "Carnaval", as quatro amigas utilizam o avião para chegar a Salvador e, em seguida, utilizam um serviço de transfer oferecido pela agência que contratou Nina, feito por uma van, que foi o meio de transporte utilizado em todas as locomoções que as personagens faziam.

Durante os filmes, a vida noturna é abordada em uma perspectiva de falta de segurança e violência, com exceção do filme Carnaval, que retrata os festejos em uma Salvador elitizada. Em Ó Paí, Ó, somos conectados a uma cidade em época de carnaval, alegre, contagiante e ao mesmo tempo violenta, como percebido durante o assassinato dos filhos de Dona Joana ao final do filme. Já em outras obras, os prostíbulos na Ladeira da Montanha e as baladas de Cidade Baixa são frequentados por personagens que consomem drogas e se envolvem em cenas de violência.

Em Trampolim do Forte, garotas de programa, incluindo travestis, são retratadas em um cotidiano permeado pela violência. Guerra de Algodão, por outro lado, mostra a cidade por uma perspectiva mais "monótona" e cotidiana de classe média e média baixa, como a reunião dos novos amigos de Dora no Dique do Tororó, próximo à Arena Fonte Nova, que é tombado pelo IPHAN.

Em relação à categoria meio ambiente e economia, pode-se destacar alguns pontos relevantes. No que se refere ao clima, em todos os filmes a cidade de Salvador é retratada como tropical e quente, sendo propício para atividades ao ar livre, como caminhadas no centro histórico e eventos festivos, bem exemplificado em Trampolim do Forte e Carnaval. Em uma cena específica do filme Cidade Baixa, é apresentada a presença da chuva em um

momento de reflexão e melancolia do personagem Naldinho, enquanto ele está em uma das janelas de um dos bordéis da cidade.

Quanto às paisagens, os filmes apresentam tanto elementos naturais quanto construções humanas, conhecidas como paisagens artificiais-urbanas. O Pelourinho, por exemplo, é mostrado diversas vezes nos filmes *Ó Paí, Ó* e *Carnaval*, sendo enquadrado inclusive como um cartão postal. Em todos os filmes, exceto *Guerra de Algodão*, é apresentada a imagem do Elevador Lacerda, geralmente na transição de uma cena para outra, evidenciando a divisão em planos da Cidade Baixa e Cidade Alta.

Outra paisagem bastante utilizada refere-se ao Farol da Barra, no Forte de Santo Antônio da Barra, que aparece em *Trampolim do Forte* e *Carnaval*. Além disso, as paisagens estão presentes nos espaços imagéticos, a partir da nossa percepção, não se restringindo apenas aos aspectos urbanos ou naturais.

Os filmes em geral nos convidam a perceber a cidade de Salvador como caótica, predominantemente negra, com intensos conflitos sociais, forte mercado ambulante e um contraste arquitetônico entre o moderno e o antigo, o rico e o pobre, muitas vezes evidenciando a divisão racial da cidade. *Guerra de Algodão*, por outro lado, apresenta uma perspectiva diferente, retratando a cidade por uma perspectiva mais cotidiana de classe média e média baixa, como a reunião dos novos amigos de Dora no Dique do Tororó, próximo à Arena Fonte Nova.

As praias de Salvador foram utilizadas em diferentes obras cinematográficas, algumas delas como cenário principal e outras como plano de fundo. Em *Trampolim do Forte*, a Praia Porto da Barra é o principal cenário do filme, apresentada como uma típica praia brasileira com seus guarda-sóis e meninos jogando futebol. No entanto, a segurança é uma questão preocupante, com a constante observação e assédio de homens mais velhos em relação às meninas.

A praia abriga os Fortes São Diogo e Santa Maria, este último sendo o cenário do trampolim no filme. Já em *Carnaval*, a Praia do Farol da Barra, uma das mais famosas da cidade e com um dos principais corredores turísticos, é o cenário do reencontro das amigas no final do filme. A Praia do Rio Vermelho, no bairro Rio Vermelho, também aparece em *Carnaval* durante a festa de Iemanjá, uma tradição na cidade, e em *Guerra de Algodão*. A praia é conhecida por seu ar boêmio e movimentação turística durante todo o ano.

A vida urbana retratada nos filmes de Salvador revela, em muitos casos, uma cidade marcada pela insegurança. Em *Trampolim do Forte*, as crianças vivem em situações de risco, incluindo moradia de rua, drogas e assaltos frequentes, enquanto os vendedores ambulantes de comida são uma presença constante. Cidade Baixa oferece um vislumbre do cotidiano periférico e favelizado, que é problemático, pobre e violento. *Ó Paí, Ó* retrata a vida dos residentes de um cortiço administrado pela Dona Joana, que enfrentam problemas de privacidade, falta de água e condições sanitárias inadequadas, além de conflitos interpessoais, intolerância religiosa e racismo.

Em *Guerra de Algodão*, a classe média da cidade é o foco, com cenas que mostram o comércio popular no centro da cidade, grafites nos muros, supermercados, agências de viagens, bancos, parques, praças de patinação e lojas de antiguidades. A música, arte, cultura e literatura também fazem parte da história do filme. Em *Carnaval*, a vida urbana da cidade é mostrada apenas como um pano de fundo para o turismo das personagens, incluindo passeios pelo Pelourinho e os circuitos de trio elétrico durante o carnaval.

Vários locais de interesse histórico-cultural foram evidenciados nos filmes que retratam Salvador. Além do icônico Elevador Lacerda, outros pontos turísticos e arquitetônicos foram destacados, seja nas cenas ou nas falas dos personagens. Em *Ó Paí, Ó*, foram mostrados a Igreja Nossa Senhora do Rosário dos Pretos, a Praça Castro Alves, a Igreja do Santíssimo Sacramento da Rua do Passo, o Mercado Modelo e o Museu do Carmo, que enaltecem a rica cultura da cidade.

Trampolim do Forte também apresenta o Mercado Modelo e o Instituto Mauá. Guerra de Algodão apresenta o Cine Teatro Jandaia em estado de abandono, o Dique do Tororó com suas oito esculturas dos orixás, que representa um espaço moderno e arborizado, e a Festa de Iemanjá, que destaca a devoção à orixá. Em Carnaval, a Igreja da Rua do Passo, o Pelourinho com suas práticas de capoeira e a venda de acarajé pelas baianas são exibidos como importantes elementos culturais da cidade.

Na categoria de Atrações/Atividades, podemos destacar as seguintes observações no que tange as Atividades de Lazer fica evidente que as praias são amplamente exploradas como atividade de lazer e turismo nas obras analisadas. Isso é especialmente perceptível em Trampolim do Forte, onde jogos de futebol na praia são frequentes, e em Carnaval, que nos apresenta um clima de diversão e calor humano.

O turismo pelo Pelourinho também é abordado em Ó Paí, Ó e Carnaval, juntamente com as celebrações do Carnaval, tanto no Pelourinho quanto no circuito Barra-Ondina, animados pelo som do axé *music* na Baía de Todos os Santos. Diferente das outras obras, Guerra de Algodão apresenta áreas para patinação e rodas de capoeira próximas ao Dique do Tororó.

As atividades de lazer incluem o banho de mar, contemplação da praia e das paisagens, rinha de galo - que apesar de acontecer em Cachoeira, a 120 km da capital, nos remete à prática comum em todo o estado baiano - e o consumo frequente de bebidas alcoólicas, seja no Carnaval ou no dia a dia, tornando-se elementos que compõem as atividades de lazer, que são tanto acessíveis ao público em geral como restritas a determinados grupos.

Na categoria Cultura e Sociedade, é possível identificar vários aspectos. Um deles é a forma de vida local, que é uma das maiores problemáticas apresentadas pelos filmes, reforçando um imaginário não apenas sobre Salvador, mas sobre o Brasil como um todo.

Os filmes Cidade Baixa, Ó Paí, Ó e Trampolim do Forte, por exemplo, abordam a linguagem nada formal e com alguns "palavrões", violência nas ruas, assaltos, marginalização e trabalho infantil. Em Trampolim do Forte, a comunidade travesti é marginalizada e necessita da prostituição como meio de sustento, além da constante exclusão social dos menos afortunados e do racismo evidente não somente da comunidade, mas também dos policiais corruptos que trabalham nas ruas da cidade.

Por outro lado, Guerra de Algodão aborda a cultura, seja ela pela música, literatura ou teatro, e moradores aparentemente de classe média. Os cortiços e/ou periferia como ambiente de moradia aparecem em todos os filmes, exceto em Carnaval, que apresenta também grandes casarões e centros históricos.

Cidade Baixa explora a prática sexual e "amor bandido", que está intrinsecamente ligado ao centro da história, nos dando uma visão de Salvador mais marginal, ultrapassando as vertentes estereotípicas do corredor turístico. Trampolim do Forte também aborda algumas questões de sexo e gênero, com um olhar para a sexualização do corpo feminino entre estrangeiros e residentes, além da marginalização da comunidade travesti, corrupção policial e racismo praticado contra meninos negros.

Em Ó Paí, Ó, a personagem Psilene viaja para a Europa em busca de um marido (movimento comum entre meninas e mulheres negras e nordestinas da periferia) e acaba se tornando prostituta. O filme também aborda o aborto clandestino comum no meio em que eles vivem, com a personagem Carmem sendo a responsável pelo procedimento em meninas que não se sentem preparadas ou não têm condições financeiras ou emocionais para levar a gestação adiante. Além disso, há práticas de racismo explícitas do personagem Boca para com o personagem Roque, em uma das primeiras cenas do filme.

Os filmes Cidade Baixa e Trampolim do Forte voltam a colocar em destaque a violência e a baixa renda como elementos centrais que afetam a qualidade de vida dos personagens, levando alguns a sobreviverem por meio da prostituição e da criminalidade.

Em contraste, em *Ó Paí, Ó*, apesar da aparente escassez financeira dos moradores do prédio de Dona Joana, os personagens demonstram, ao longo do filme, alegria, vontade de viver e orgulho por serem soteropolitanos. Por outro lado, em *Guerra de Algodão*, a vida confortável com maior poder aquisitivo e moradia no bairro Santo Antônio Além do Carmo, onde está localizada a Igreja do Santíssimo Sacramento da Rua do Passo, é apresentada como uma realidade diferente daquela retratada nos outros filmes.

Quanto a Carnaval, o filme não se concentra na qualidade de vida local, já que o enredo acompanha a vida de quatro amigas turistas que visitam a cidade para conhecer o carnaval e a cultura baiana, fazendo passeios pelo Pelourinho, praias e eventos de carnaval.

Os filmes ambientados em Salvador exploram a cultura baiana, que é vista como exótica e distintiva pelo turismo e pelo cinema. O sincretismo religioso, presente na cultura baiana, é representado em todos os filmes. O Carnaval apresenta elementos do Candomblé, como os orixás, que são idealizados como místicos. *Guerra de Algodão* e *Carnaval* mostram a presença dos orixás, como Oxum, Ogum, Oxóssi, Xangô, Oxalá, Iemanjá, Nanã e Iansã, no Dique do Tororó, evidenciando a relação da cidade com as religiões de matrizes africanas.

A Capoeira, típica da Bahia, é representada em *Guerra de Algodão* e *Carnaval*, enquanto os blocos de rua são mostrados em *Ó Paí, Ó*. A festa carnavalesca é retratada com música baiana, camarote e trio elétrico (inventado na cidade), especialmente em *Carnaval*, voltado para um público mais elitizado. Em *Ó Paí, Ó*, o preconceito religioso de Dona Joana com as festividades pagãs é explorado.

Claquete gravando: Experiência turística de Salvador através dos filmes

Ao analisar as cenas dos filmes, é possível notar que o que foi apresentado ao espectador reflete uma idealização prévia compartilhada por muitas pessoas, não se limitando apenas à visão do turista que visita o destino. Essa perspectiva está de acordo com o conceito de estereótipo apresentado por Langer. Na Figura 6, foi criada uma síntese visual das representações dos imaginários mais marcantes encontrados nos cinco filmes analisados, que caracterizam ou estão associados ao imaginário turístico da cidade de Salvador no século XXI.

Figura 6 – Quadro de Incidências de Elementos Constituintes do Imaginário Turístico de Salvador – BA através dos filmes selecionados



Fonte: elaboração própria, 2022.

A Figura 7 sintetiza os elementos mais recorrentes nos filmes estudados que caracterizam o imaginário turístico sobre Salvador do Século XXI. Na parte superior, encontram-se itens como o carnaval, as praias, o Elevador Lacerda, a riqueza nos elementos históricos e o tabuleiro da baiana com o acarajé. Apesar de estarem em categorias opostas, todos esses elementos são marcantes e simbolizam a cidade e o estado. Já na parte inferior do quadro, destacam-se elementos que representam o povo de Salvador, como a qualidade de vida (mesmo que desfavorável em alguns casos), as artes, movimentos e a fé, que são igualmente importantes e peculiares da cultura baiana.

The end?: Considerações Finais

Ao analisar as obras audiovisuais selecionadas, constatou-se que, em sua maioria, elas reforçam estereótipos soteropolitanos que já estão presentes no imaginário dos turistas nacionais e estrangeiros há décadas. A partir da década de 1970, com o surgimento do termo "baianidade" e posteriormente com a revitalização do centro histórico de Salvador, a associação imediata da cidade com o Pelourinho, as baianas vendedoras de acarajé e o carnaval tornou-se quase inevitável.

Embora esses filmes não tenham sido necessariamente produzidos com o objetivo de promover o turismo, suas imagens e narrativas tendem a moldar o imaginário turístico de Salvador de maneira significativa. Como uma ficção se passa em um local específico e real, ela convida o espectador a assimilar o território onde a trama se desenrola. Os elementos do roteiro, que no caso deste estudo são sobre Salvador, tornam-se expectativas de realidade para o futuro turista.

Percebe-se nos filmes selecionados que a representação de Salvador na tela oscila entre a comédia e o drama, com elementos que podem tanto favorecer quanto prejudicar o turismo na cidade. Embora os patrimônios históricos e a rica cultura soteropolitana sejam enfatizados, a narrativa parece girar em torno do Pelourinho como ponto central, deixando outros locais menos conhecidos em segundo plano. Contudo, algumas cenas conseguem fugir dessa imagem estereotipada e destacam elementos da cultura baiana menos explorados, como o Cine Teatro Jandaia, os Planos Inclinados e as lojas de antiguidade, além da arte, música e literatura locais. Assim, é importante considerar que a ficção cinematográfica pode influenciar significativamente a percepção do público sobre um destino turístico, e é preciso uma abordagem cuidadosa e equilibrada para representar a cidade de forma mais completa e autêntica.

Essa pesquisa teve como objetivo a compreensão dos elementos que compõem um destino turístico a partir da análise de obras audiovisuais contemporâneas. Verificou-se que os filmes têm um papel importante na construção do imaginário turístico, fortalecendo ou criando novas imagens sobre o destino.

Os gêneros dos filmes estudados, comédia e drama, apresentaram nuances entre a felicidade contagiante e a baixa qualidade de vida, que podem afetar o interesse turístico. Porém, os patrimônios históricos de Salvador foram retratados como riquezas das expressões culturais, destacando a centralidade do Pelourinho e a existência de outros elementos que valem a visita.

A pesquisa contribui para o avanço na interface entre turismo e cinema em Salvador, sugerindo a realização de futuras pesquisas sobre turismo cinematográfico, ações da Bahia *Film Commission* e o debate com turistas-espectadores de filmes ambientados na cidade.

Referências Bibliográficas

Albernaz, P. da C. 2009. Curta Brasília: A Imagem Da Cidade No Olhar Do Cinema E Sua Relação Com O Turismo. Disponível em:

<https://Repositorio.Unb.Br/Handle/10482/4551>.

Association Of Film Commissioners International. Disponível em: <https://Afcj.Org/About-Afcj/#About-Us>.

Ayêska, P.F. 2005. Trio Elétrico: Mídia Sonora Genuinamente Brasileira. In: Intercom– Sociedade Brasileira De Estudos Interdisciplinares Da Comunicação, XXVIII Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação–UERJ.

Baldissera, R. 2003. Imagem-Conceito: A Indomável Orgia Dos Significados. XXVI Intercom. 2003.

Barbizan, S.N. et Al. 2010. Tempo e montagem: do cinema ao imaginário e do imaginário ao cinema.

Bezerra, B. 2011. A Representação Do Baiano no Filme Ó PAÍ, Ó!. São Paulo.

Brito, A. M. S.; Vieira, V.B.; Perinotto, A.R.C. 2019. Cinema como ferramenta de promoção de destinos turísticos no nordeste brasileiro. Ritur: Revista Iberoamericana de Turismo, v. 9, n. 2, p. 191-216.

Chagas, M. 2009. Formação da imagem de destinos turísticos: uma discussão dos principais modelos internacionais. Caderno virtual de turismo, v. 9, n. 1, p. 117-127.

Cifelli, G.; Peixoto, P. 2012. Centros históricos e turismo patrimonial: o pelourinho como exemplo de uma relação contraditória. Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v. 24.

Cordeiro, M.F.2008. Turismo e imagem: a incorporação de imaginários para agregar valor ao produto turístico. II Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. Festival de Turismo das Cataratas do Iguazu, v. 2, p. 1-13.

Costa, B.C.S. 2011. Manifestações do imaginário no cinema contemporâneo. Paraná.

Duque, A.S.C. 2013. O cinema na construção e promoção de territórios turísticos: a imagem do rural no cinema português. Coimbra: [s.n].

Fagerlande, S.M.R. 2015. Penedo: a construção da imagem de uma cidade turística. Caderno virtual de turismo, v. 15, n. 3, p. 276-289.

Golets, A. 2019. A percepção do brasil como destino turístico: a novela brasileira no leste europeu. Brasília.

Gravari-barbas, M; Graburn, N.2012. Imaginarios turísticos. Via. Tourism review, n. 1.

Gubernikoff, G. 2009. A imagem: representação da mulher no cinema. Conexão-comunicação e cultura, v. 8, n. 15.

Guerreiro, G.S. 2008. A cidade imaginada–Salvador sob o olhar do turismo. Gestão & Planejamento, v. 1, n. 11.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2022. Conheça cidades e estados do Brasil. [s.d.]

Kelsch, L.T. 2018. Turismo em Salvador na Era Vargas: a trajetória das políticas de inserção e promoção da atividade na cidade da Bahia entre os anos 1930 e 1945. 305 f. Dissertação (mestrado em arquitetura e urbanismo), Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Langer, J. 2004. Metodologia para a análise de estereótipos em filmes históricos. Revista Hoje História, v. 2, não. 5 p. 1-13.

Laplantine, F.; Trindade, L. 2017. O que é imaginário. Brasiliense.

Ministério do Turismo. 2007. Turismo cinematográfico brasileiro. Brasília.

Nobre, E. A.C.2003. Intervenções urbanas em Salvador: turismo e “gentrificação” no processo

horizonte.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). Turydes: Revista sobre turismo y desarrollo local sostenible, v. 8, n. 19, p. 32.

Oliveira, G. 2016. Guia básico de termos cinematográficos de A a Z. [Blog post]. Recuperado de <http://www.cineset.com.br/guiabasicotermoscinematograficos>

Silva, R. S. et al. 2011. Turismo e cinema: promoção turística a partir do filme sete anos no Tibete. Rosa dos Ventos, v. 3, n. 3, p. 368-381.

Silva, L.C.R; Dias, O.B. 2009. Um olhar geo-histórico sobre o turismo e os meios de hospedagem na cidade do Salvador – 1889/1930. Patrimônio: Lazer & Turismo, Santos, v. 6, n. 6, p. 1-16.

Silveira, V.P; Baptista, M.L.C. 2017. Turismo e cinema na capital nacional do espumante– Garibaldi. Cadernos de linguagem e sociedade, v. 5, n. 8.

Simões, C.O. 2009. Que cidade é essa?: Representações da Salvador contemporânea no teatro soteropolitano atual e na televisão. Salvador.

Solot, S. 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. 1 ed. Rio de Janeiro: Latin American Training Center.

Tavares, A. G.; Araújo, V.; Whebber, P. 2019. Cabaceiras, a “roliúde nordestina”: efeitos do cinema nas atrações e nos produtos da oferta turística. Revista acadêmica observatório de inovação do turismo, v. 13, n. 3, p. 90-112.

Zanirato, S.H. 2007. A restauração do Pelourinho no Centro Histórico de Salvador, Bahia, Brasil. Potencialidades, limites e dilemas da conservação de áreas degradadas. História, cultura e cidade. Historia actual online, n. 14, p. 35-47.

ⁱ A técnica narrativa comum no cinema norte-americano. Ela consiste em introduzir elementos aparentemente irrelevantes à trama, mas que serão cruciais em um momento posterior da história (Oliveira, 2016);

ⁱⁱ Existem diversas posições básicas de ângulo vertical no cinema, incluindo o *plongée* (ângulo alto), onde a câmera é posicionada acima do objeto ou cena, apontando para baixo (Oliveira, 2016);

ⁱⁱⁱ Na tela do cinema ou da TV, a realidade do filme é representada por um fragmento de um universo maior. O campo é essa porção de espaço que a câmera mostra na imagem fílmica. O contracampo ocorre quando há alternância entre os pontos de vista da câmera, como em uma cena de diálogo. O fora de campo refere-se a elementos não vistos no quadro, mas que são reconhecidos como parte do campo pela nossa imaginação, como quando um personagem entra ou sai do quadro (Oliveira, 2016);

^{iv} Conceito essencial para a direção de filmes e se refere a como a ação é montada na cena. Isso inclui cenários, iluminação, figurino, maquiagem, atuação e movimentos dos atores dentro do quadro, para transmitir o significado e a emoção pretendidos pelo diretor (Oliveira, 2016).

Notas:

Esta pesquisa teve financiamento do CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico durante os meses de agosto de 2021 e julho de 2022.