

DO CONDADO À MONTANHA DA PERDIÇÃO! O CINEMA COMO RECURSO PARA O TURISMO: “O SENHOR DOS ANÉIS” NA NOVA ZELÂNDIA

Vanilson Pereira Silveira, discente de pós-graduação, Universidade de Caxias do Sul
Thaís Gomes Torres, discente de pós-graduação, Universidade Federal de Santa Maria
Milena Behling Oliveira, discente de pós-graduação, Universidade Federal de Pelotas
Maria Luiza Cardinale Baptista, docente, Universidade de Caxias do Sul

e-mail:vanilson.silveira@gmail.com

O estudo da relação entre turismo e formas midiáticas de comunicação vem demonstrando a relevância das produções cinematográficas, como significativo recurso de promoção e divulgação dos destinos. Em decorrência, diversos países estão utilizando os filmes, como estratégia para atrair visitantes, adaptando sua oferta turística e criando produtos e atrativos turísticos. Apesar de possuir diferentes definições, o termo turismo cinematográfico, utilizado pelo Ministério do Turismo Brasileiro, envolve a visitação dos lugares escolhidos como cenários de produções cinematográficas ou televisivas, estúdios de produção, lugares ícones da cinematografia, festivais de cinema, entre outros. Nesse contexto, o tema visa tratar da sinergia entre turismo e cinema e tem objetivo de evidenciar as ações adotadas pela Nova Zelândia, para promover os filmes, e incentivar o turismo através da trilogia “O Senhor dos Anéis” (*The Lord of the Rings*). A proposta tem perspectiva interdisciplinar com metodologia qualitativa e exploratória, envolvendo aproximações entre o referencial teórico, observação das produções cinematográficas e rodas de conversas com os autores da pesquisa. Nesse sentido, o tema representa um assunto relevante para o campo do turismo, uma vez que as imagens divulgadas por meio das produções cinematográficas são capazes de criar, reforçar ou alterar a imagem de determinado destino. A trilogia, baseada nos livros do escritor John Ronald Reuel Tolkien, aconteceu na mítica “Terra Média” e foi reconstituída na Nova Zelândia pelo diretor Peter Jackson. A adaptação para o cinema resultou em três filmes: “O Senhor dos Anéis: Sociedade do Anel” (2001), “As Duas Torres” (2002) e “O Retorno do Rei” (2003). Na história, o *hobbit* Frodo Bolseiro é o personagem responsável pela destruição do anel do poder no fogo da Montanha da Perdição, onde foi forjado. Em termos de faturamento, estima-se que a trilogia tenha arrecadado mais de US\$ 3 bilhões de dólares, sendo indicada em mais 30 de categorias do Oscar, conquistando 17 estatuetas, entre elas, de melhor filme com “O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei”, em 2004. Na época, o impacto econômico gerado foi chamado de “Economia Frodo” e o governo criou, inclusive, um cargo de Ministro dos Anéis (*Minister of the Rings*). A estratégia para divulgar os filmes e atrair visitantes envolveu uma criativa campanha de marketing, por meio dos lançamentos dos filmes, ornamentação das ruas e estabelecimentos comerciais, instalação de cópias dos personagens no aeroporto internacional de Wellington (capital do país), personalização de aeronaves da companhia aérea nacional (*Air New Zealand*), lançamentos de inúmeros produtos licenciados, pacotes turísticos e roteiros, por exemplo, a visitação ao *Hobbiton Movie Set*, conjunto de casas que compõem o Condado dos *hobbits*¹. Segundo pesquisas realizadas, anualmente, o país tem recebido milhares de turistas interessados em conhecer as

¹ Seres fictícios criados por J.R.R.Tolkien.

locações para viver suas próprias experiências. Em 2016, conforme o Observatório de Cinema, foi lançada pela Nova Zelândia a campanha “Uma Viagem pela Terra-Média”, *100% Pure New Zealand*, para comemorar os 15 anos dos lançamentos dos filmes. O plano de incentivos fiscais, a qualidade da infraestrutura, a exuberância da paisagem e a rede de serviços especializados tornaram a Nova Zelândia um dos países mais competitivos no mercado internacional. O país possui ainda programas de apoio à indústria audiovisual e conta com a NZFC (*New Zealand Film Commission*), responsável pelo incentivo e apoio ao mercado audiovisual. Dez anos depois foi lançado “*O Hobbit*”, trilogia que antecede a história do “O Senhor dos Anéis”, composta pelos filmes: “Uma Jornada Inesperada” (2012), “A Desolação de *Smaug*” (2013), “A Batalha dos Cinco Exércitos” (2014). Assim, considera-se que os filmes contribuíram, de forma significativa, para a construção da imagem turística da Nova Zelândia. As ações apresentadas neste texto, podem ser adaptadas para outros destinos dependendo de aspectos, tais como, o projeto audiovisual, os acordos estabelecidos, entre outros. Desse modo, o filme não pode ser compreendido, somente, como um mero condutor de imagens, mas como um sistema complexo, capaz de mobilizar o espectador, de tal modo a fazê-lo desejar, na prática, os mesmos locais mostrados na tela, ou seja, possibilita o contato emocional do público com o lugar, o que pode gerar o desejo e a expectativa da viagem. Nessa perspectiva ao trazer reflexões sobre a relação entre turismo e cinema, a proposta pretendeu contribuir para ampliar a discussão teórica sobre o tema. Assim, pesquisas futuras sobre os efeitos econômicos gerados nos destinos sedes de produções, envolvem questões emergentes e com amplo campo de investigação. Em 2022, foi lançada a série *spin-off* de “O Senhor dos Anéis: Os Anéis do Poder”. A proposta pode trazer novos capítulos sobre o tema e levando-se em conta que algumas produções têm continuação. Esta também! “Continua..”

Agradecimentos: CAPES

Palavras-chave: Turismo Cinematográfico; Turismo; Cinema; “*O Senhor dos Anéis*”.