

# O USO DAS WEBSÉRIES NA PROMOÇÃO TURÍSTICA

Escrito por:

Rafael Lucas Correa da Cunha,  
Centro Universitario Teresa Dávila,  
rafaellucascc@gmail.com

ME. Miguel A. de Oliveira Junior  
Centro Universitario Teresa D'Ávila.



**PROD.NO.**

**SCENE**

**TAKE**

**ROLL**

**DATE**

**SOUND**

**PROD.CO.**

**DIRECTOR**

**CAMERAMAN**

**RESUMO:** O presente artigo tem como objetivo analisar o uso de web séries como uma estratégia eficaz para promover destinos turísticos. O estudo investiga a relação entre as produções audiovisuais e o mercado turístico, com ênfase na capacidade das web séries de tornar os destinos conhecidos e estabelecer relações afetivas com o público-alvo. A pesquisa examina as narrativas, recursos visuais e alcance das web séries, bem como seu impacto na escolha e decisão dos viajantes. Além disso, são explorados os aspectos de autenticidade e diversidade retratados nas produções, bem como seu potencial para impulsionar o desenvolvimento econômico das regiões turísticas. O estudo destaca a importância de estabelecer parcerias estratégicas entre os profissionais do turismo e os produtores de web séries, visando otimizar a promoção turística e oferecer experiências autênticas aos visitantes. Por fim, são discutidas as perspectivas futuras e a necessidade de atualização constante dos profissionais do setor, a fim de explorar o máximo potencial das web séries como ferramentas de promoção turística e estabelecer conexões duradouras entre os destinos e o público-alvo.

**Palavras-chave:** Web séries. Promoção turística. Produções audiovisuais. Escolha dos viajantes. Desenvolvimento econômico.

**ABSTRACT:** This article aims to analyze the use of web series as an effective strategy to promote tourist destinations. The study investigates the relationship between audiovisual productions and the tourism market, with an emphasis on the ability of web series to make destinations known and establish emotional relationships with the target audience. The research examines the narratives, visual resources and reach of web series, as well as their impact on travelers' choices and decisions. In addition, the aspects of authenticity and diversity portrayed in the productions are explored, as well as their potential to boost the economic development of tourist regions. The study highlights the importance of establishing strategic partnerships between tourism professionals and web series producers, aiming to optimize tourism promotion and offer authentic experiences to visitors. Finally, future perspectives and the need for constant updating of professionals in the sector are discussed, in order to explore the maximum potential of web series as tourism promotion tools and establish lasting connections between destinations and target audiences.

**Keywords:** Web series. Tourism promotion. Audiovisual productions. Travelers' choice. Economic development.

## INTRODUÇÃO

A divulgação turística desempenha um papel fundamental no desenvolvimento e promoção de destinos, permitindo que visitantes em potencial conheçam as belezas e atrativos de uma determinada região. Com o advento das novas tecnologias e a popularização da internet, surgiram novas formas de comunicação e promoção, entre elas, a utilização das webséries.

Essas formas de mídia têm o potencial de influenciar diretamente o turismo ao colocar destinos específicos em evidência e despertar o interesse dos espectadores em visitá-los. Um exemplo notável é o caso da série de filmes *O Senhor dos Anéis*, que devido a sua ambientação cinematográfica e locações impressionantes, conseguiu impulsionar o turismo da Nova Zelândia, atraindo fãs desejavam conhecer de perto os lugares onde seus personagens favoritos habitavam. Isso resultou em um aumento significativo no número de visitantes, bem como no desenvolvimento de tours temáticos e na criação de uma indústria turística relacionada à série. Exemplos como este evidenciam como séries e filmes podem impactar positivamente o turismo local e serão analisados de maneira mais minuciosa no decorrer do presente artigo.

Ao promover destinos específicos, seja através da sua representação visual ou pela ambientação de cenas, essas produções atraem um público interessado em vivenciar a atmosfera e a magia retratada na tela. Esse fenômeno impulsiona o setor turístico, criando oportunidades de negócios e contribuindo para o desenvolvimento econômico das comunidades envolvidas.

Nesse contexto, a cidade de Cruzeiro - SP, rica em patrimônio histórico-cultural, apresenta um potencial turístico ainda pouco explorado. Atrativos como os casarões coloniais, igrejas seculares e a Estação Ferroviária remetem a um passado rico e cheio de histórias a serem contadas. No entanto, é necessário encontrar estratégias inovadoras para divulgar e valorizar esse patrimônio, atraindo visitantes e promovendo o desenvolvimento local.

Diante desse cenário, o presente estudo propõe investigar o uso da websérie como uma ferramenta eficiente para a divulgação turística histórica de Cruzeiro - SP. Será realizada uma análise da literatura relacionada ao uso das webséries na promoção turística, bem como um levantamento sobre o patrimônio histórico-cultural da cidade. Além disso, será elaborada uma websérie que apresente os principais pontos turísticos históricos, explorando a narrativa audiovisual como forma de transmitir a riqueza e a importância desses locais.

A expectativa é que este estudo contribua para o desenvolvimento

de estratégias inovadoras de divulgação turística, explorando o potencial das webséries como ferramenta de promoção. Ao valorizar o patrimônio histórico-cultural de Cruzeiro - SP por meio de uma narrativa envolvente e acessível, espera-se atrair um maior número de visitantes interessados na história e cultura local, além de fomentar o desenvolvimento socioeconômico da região.

Por fim, é importante ressaltar que a preservação do patrimônio histórico-cultural é um desafio contínuo e, por meio da divulgação turística, é possível despertar a consciência e o interesse das comunidades locais e visitantes para a importância desse legado, contribuindo para sua preservação e valorização.

Espera-se que esta pesquisa traga novas perspectivas e insights sobre o uso das webséries como ferramenta de divulgação turística, destacando seu potencial e impacto na promoção de destinos históricos como Cruzeiro - SP.

## **MÉTODO**

A metodologia adotada para a elaboração deste artigo, cujo tema é o uso das webséries na promoção turística, baseia-se principalmente na pesquisa bibliográfica. Nesse sentido, a pesquisa será conduzida por meio da análise de uma extensa variedade de fontes, incluindo artigos acadêmicos, livros, teses, dissertações e materiais relacionados disponíveis em bibliotecas e recursos online. Essa abordagem permitirá a construção de um sólido embasamento teórico, possibilitando a compreensão aprofundada das teorias, conceitos e práticas que envolvem a relação entre webseries e turismo. Além disso, a pesquisa bibliográfica servirá como alicerce para a identificação de lacunas no conhecimento existente e orientará a abordagem de outras etapas da pesquisa, como a coleta de dados empíricos, entrevistas e análise de casos. A combinação da pesquisa bibliográfica com outras estratégias de investigação garantirá uma análise abrangente e fundamentada dessa temática relevante e emergente.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **WEB SÉRIES E TURISMO**

No Brasil, o turismo cinematográfico ainda não tem uma oferta específica, sendo classificado como parte do turismo cultural. Segundo Lohmann e Panosso Netto (2008), a oferta turística engloba todos os produtos e serviços disponíveis para os turistas, que podem ser adquiridos por um preço determinado durante um período de tempo.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010) define o turismo cultural

como atividades que proporcionam uma experiência baseada no patrimônio histórico, cultural e em eventos que valorizam os aspectos materiais e imateriais da cultura. De acordo com a Cartilha do Turismo Cultural de 2010, o turismo cinematográfico faz parte do turismo cultural devido à necessidade de políticas públicas relacionadas aos recursos audiovisuais, que fazem parte do campo cultural. No entanto, é importante ressaltar que o segmento cinematográfico também se relaciona com outros segmentos do turismo, como o ecoturismo, turismo de aventura, turismo de sol e praia, entre outros (BRASIL, 2010).

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 22), o turismo cinematográfico é definido como “a visitação a locais ou atrações que apareceram no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que estão inseridos, sendo considerado um tipo específico de turismo cultural”. O termo “Turismo Cinematográfico” pode ter variações e, portanto, é comum utilizar expressões em inglês, como “Film induced tourism”, “Film tourism” ou “Cineturismo”, para se referir ao turismo motivado por produções cinematográficas (OLIVEIRA, 2018).

Albernaz (2009) explica que o turismo cinematográfico pode ser caracterizado de duas formas: turistas que desejam conhecer as estruturas onde um filme foi gravado para entender o processo de produção, incluindo visitas a sets de filmagens e estúdios; e turistas que buscam conhecer os destinos e locações onde a narrativa do filme que os inspirou se passa, a fim de vivenciar as situações retratadas no filme e presentes em sua imaginação. Dessa forma, o cinema e suas diversas produções podem gerar deslocamentos de pessoas de diferentes maneiras, contribuindo para o crescimento do turismo cinematográfico.

Na Nova Zelândia, de acordo com o site 100% pure New Zealand, que é o site oficial de turismo do país, existem roteiros especializados baseados nas trilogias *O Senhor dos Anéis* (2001-2003, Dir: Peter Jackson) e *O Hobbit* (2012-2014, Dir: Peter Jackson). O site oferece dicas de roteiros, informações sobre serviços de transporte (aluguel de carros, motos e transporte público) e hospedagem, além de possibilitar a compra de passagens aéreas. Também são fornecidas informações detalhadas sobre os passeios, como local de partida, distância a ser percorrida e duração. Entre os passeios apresentados, destacam-se a visita à vila de Hobbiton, onde foram gravadas cenas dos filmes das duas trilogias, e as cavernas de Waitomo Caves, que oferecem passeios guiados com informações sobre os efeitos especiais utilizados nos filmes e detalhes dos bastidores. O site também está disponível em 11 idiomas, incluindo o português, e possui um mapa dos roteiros que os turistas podem seguir.

Diversos autores, como Duque (2013), Oliveira (2018), Brasil (2010), Neto e Schmidlin (2013), conceituam o turismo cinematográfico como um

fenômeno turístico decorrente do interesse do público por produções audiovisuais. Elementos audiovisuais têm sido incorporados ao turismo como uma estratégia para atrair visitantes, e o cinema, em particular, pode despertar o desejo de viajar com base em imagens apresentadas em filmes, retratando paisagens e culturas de determinados lugares. Isso leva o espectador a viajar para esses locais, mesmo que apenas em sua imaginação, buscando vivenciar as situações retratadas nas cenas (Silva et al., 2011).

A exposição da paisagem de um território no cinema pode não apenas impulsionar o desenvolvimento turístico, mas também trazer benefícios econômicos para a comunidade receptora, como a geração de empregos diretos e indiretos, além de funcionar como uma ferramenta de promoção da região, contribuindo para a inovação e competitividade dos produtos turísticos (BRASIL, 2010).

Através da sua representação cinematográfica, lugares que normalmente não despertariam interesse turístico podem se transformar em destinos potenciais. Essa transformação ocorre pela exposição desses locais na tela, bastando que um filme de sucesso apresente cenas de um determinado lugar para despertar no público o desejo de conhecê-lo (Silva et al., 2011). Um exemplo recente dessa influência ocorreu no Nordeste brasileiro, quando o filme Vingadores: Guerra Infinita (2018), uma das maiores bilheterias da história do cinema, apresentou cenas gravadas no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, representando um cenário semelhante a um outro planeta.

Acerca dos pontos positivos gerados pela exibição de um território no cinema para o turismo, Albernaz (2009, p. 16) ressalta:

Quando um local é retratado em um filme, aquela região passa a ter visibilidade e atrair turistas para conhecerem seus atrativos. Este fluxo traz divisas para a região e alavanca o desenvolvimento do turismo e do audiovisual, além de estimular os setores da economia que dão suporte a estas atividades, como alimentação, hospedagem, transporte e equipes de apoio para as mais variadas tarefas inseridas nas atividades.

Logo, nota-se que produzir conteúdo midiático, sobretudo no formato de web séries que possuem uma maior versatilidade narrativa, facilidade de distribuição dentre outros aspectos que serão citados posteriormente, é uma estratégia válida e comprovadamente funcional para aumentar o fluxo turístico de determinada locação, cidade ou até mesmo país.

## BENEFÍCIOS DAS WEB SÉRIES PARA A PROMOÇÃO TURÍSTICA

As séries e web series desempenham um papel significativo na moldagem da percepção e no despertar do interesse dos espectadores em relação a diferentes destinos turísticos. Por meio de narrativas envolventes, imagens atrativas e uma imersão visual e emocional, essas produções audiovisuais conseguem capturar a imaginação do público, criando uma conexão profunda com os locais retratados. Ao expor paisagens deslumbrantes, culturas ricas e experiências autênticas, as séries e web series geram uma percepção positiva dos destinos e estimulam o desejo de vivenciar pessoalmente essas experiências.

Além de moldar a percepção, as séries e web series despertam o interesse dos espectadores ao apresentar destinos menos conhecidos ou subestimados. Ao destacar locais fora do circuito turístico tradicional, essas produções abrem novas oportunidades de descoberta e exploração. Ao revelar as peculiaridades e as joias escondidas de um destino, as séries e web series despertam a curiosidade do público e incentivam a busca por experiências únicas. Dessa forma, essas produções têm o potencial de impulsionar o turismo local, diversificar a oferta turística e fortalecer a economia das comunidades receptoras.

No contexto do mundo globalizado atual, é evidente que o comportamento do consumidor é influenciado por diversos fatores e motivações que estão fundamentadas na busca por novas experiências (Oliveira, 2008).

Nielsen (2002) ressalta que, no setor do turismo, é fundamental considerar todas as decisões e ações do turista, estabelecendo uma conexão entre todos os aspectos e as questões mercadológicas, as quais são moldadas pela crescente demanda por novas experiências.

O storytelling desempenha um papel crucial no impacto das séries e web series na percepção e interesse dos espectadores. Através de personagens cativantes, enredos envolventes e uma construção narrativa cuidadosa, essas produções criam uma conexão emocional com o público. O público se identifica com os personagens, se envolve nas histórias e se sente parte da jornada apresentada. Esse envolvimento emocional desperta o interesse e a vontade de vivenciar as experiências retratadas, impulsionando o turismo e gerando um impacto positivo para os destinos.

Além disso, as séries e web series têm o poder de despertar a curiosidade em relação a aspectos culturais, históricos e naturais de um destino. Ao mostrar detalhes autênticos, tradições locais e o estilo de vida dos habitantes, essas produções despertam o interesse em explorar e compreender diferentes culturas e modos de vida. Os espectadores são motivados a se aventurar além do conhecido, buscando experiências que vão além das

atrações turísticas mais populares. Isso contribui para o desenvolvimento de um turismo mais diversificado, sustentável e enriquecedor tanto para os visitantes quanto para as comunidades locais.

O envolvimento do público está positivamente relacionado às futuras intenções comportamentais. Tanto a imagem cognitiva quanto a afetiva desempenham um papel mediador na conexão entre o envolvimento do público e suas ações. Os resultados desvendam as relações estruturais entre o envolvimento do público, a imagem cognitiva, a imagem afetiva e a intenção comportamental, fornecendo informações valiosas aos comerciantes de destino para o desenvolvimento de estratégias comerciais (Fu, Ye & Xiang, 2016).

Em suma, as séries e web series exercem um impacto significativo na percepção e interesse dos espectadores em relação a destinos turísticos. Por meio de narrativas envolventes, imersão visual e emocional, e um cuidadoso trabalho de storytelling, essas produções despertam a curiosidade, estimulam o desejo de vivenciar as experiências apresentadas e promovem a descoberta de destinos menos conhecidos. Com seu poder de moldar a percepção, despertar o interesse e promover a diversificação do turismo, as séries e web series são valiosas ferramentas no desenvolvimento e promoção do turismo de locais.

## **BAIXO CUSTO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO**

As web series têm se destacado como uma opção atrativa para a produção audiovisual devido aos seus baixos custos e à facilidade de distribuição na internet. Diferentemente das produções de séries de televisão tradicionais, que requerem altos investimentos em equipamentos, locações e equipes de produção, as web series podem ser produzidas com orçamentos mais modestos. Isso se deve, em grande parte, à acessibilidade de equipamentos de filmagem de qualidade e à disponibilidade de talentos dispostos a trabalhar em projetos independentes.

Uma das grandes vantagens das web series é a facilidade de distribuição na internet. Plataformas como YouTube, Vimeo e Facebook permitem que os criadores de conteúdo disponibilizem suas web series de forma gratuita ou mediante pagamento, alcançando um amplo público global.

O YouTube, em particular, se destaca como uma das plataformas mais populares para a veiculação de web series, oferecendo recursos de monetização e a possibilidade de criação de canais dedicados aos episódios. Essas plataformas também fornecem métricas e análises detalhadas, permitindo que os produtores avaliem o desempenho e o alcance de sua web serie.

Para veicular uma web serie em uma plataforma, o processo geralmente envolve a criação de um canal ou perfil específico para a série. Os episódios são carregados na plataforma de escolha, seguindo as diretrizes e requisitos técnicos estabelecidos por ela. É importante otimizar a descrição, tags e títulos dos vídeos para aumentar a visibilidade e facilitar a descoberta do conteúdo pelos usuários. Além disso, a promoção da web serie nas redes sociais e em outros canais de divulgação é essencial para alcançar um público mais amplo e gerar engajamento.

Outra opção de distribuição para as web series é a criação de um site próprio. Os produtores podem desenvolver um site dedicado à web serie, onde os episódios são disponibilizados para streaming. Essa abordagem oferece mais controle sobre o conteúdo e a experiência do usuário, além de possibilitar a implementação de modelos de monetização, como publicidade ou assinaturas. Nesse caso, é importante garantir que o site seja responsivo, de fácil navegação e otimizado para dispositivos móveis, considerando que a maioria dos espectadores acessa o conteúdo por meio de smartphones ou tablets.

Em suma, as web series se destacam pelos baixos custos de produção e pela facilidade de distribuição na internet. Com a acessibilidade de equipamentos de qualidade e a disponibilidade de plataformas como YouTube, Vimeo e Facebook, os produtores têm a oportunidade de alcançar um público amplo e global. Ao veicular uma web serie em uma plataforma, seja através de um canal específico ou de um site próprio, é importante otimizar o conteúdo, promovê-lo nas redes sociais e garantir uma experiência de visualização agradável aos espectadores. Essas características tornam as web series uma alternativa viável e atrativa para a produção e divulgação de conteúdo audiovisual.

## **DESAFIOS DO USO DE WEB SÉRIES NA PROMOÇÃO TURÍSTICA**

A utilização de web series como ferramenta de promoção do turismo apresenta uma série de desafios que devem ser considerados. Embora essas produções audiovisuais tenham se tornado populares e acessíveis, é necessário enfrentar obstáculos para maximizar sua eficácia na promoção de destinos turísticos. Neste artigo, discutiremos alguns dos principais desafios encontrados nesse contexto.

Um dos principais desafios é a concorrência e a saturação do mercado. Com o crescimento exponencial da produção de web series, há uma competição acirrada pela atenção do público. A saturação do mercado pode dificultar a visibilidade e o destaque de uma web serie específica, especialmente se o destino retratado já for amplamente explorado em outras produções. Nesse sentido, é fundamental desenvolver estratégias de diferenciação e criatividade para se destacar em meio à concorrência.

Além disso, a qualidade e a produção profissional são aspectos essenciais a serem considerados. Embora as web series permitam a produção com orçamentos mais modestos, a qualidade audiovisual ainda desempenha um papel importante na percepção do público. É essencial manter padrões de qualidade e profissionalismo na produção, garantindo que o conteúdo seja atraente e envolvente para os espectadores. Isso pode requerer investimentos em equipamentos adequados, locações autênticas e profissionais qualificados.

A criação de narrativas atrativas também é um desafio importante. É necessário despertar o interesse do público e mantê-lo engajado ao longo dos episódios. Isso requer um cuidadoso trabalho de roteiro, desenvolvimento de personagens e construção de enredos que sejam relevantes e emocionalmente impactantes para o público-alvo.

Outro desafio está relacionado ao acesso e ao alcance do público-alvo. Apesar da facilidade de distribuição na internet, garantir o acesso e o alcance do público desejado ainda pode ser um desafio. É necessário identificar os canais de distribuição mais adequados para atingir o público-alvo e promover a web serie de forma eficaz.

Além disso, é fundamental entender os hábitos e preferências do público-alvo para direcionar a promoção de maneira estratégica.

As barreiras linguísticas e culturais também podem representar um desafio. O alcance internacional das web series pode encontrar obstáculos relacionados à tradução e à adaptação do conteúdo para diferentes idiomas e culturas. É essencial considerar a localização do conteúdo para alcançar espectadores em diferentes países e garantir uma experiência mais inclusiva e envolvente.

Outro aspecto desafiador é a geração de engajamento e interação por parte do público. Para que uma web serie promova o turismo de forma eficaz, é preciso gerar engajamento e incentivar os espectadores a compartilhar, comentar e se envolver com o conteúdo. Isso pode exigir ações estratégicas de mídia social, campanhas interativas e formatos de interação que incentivem a participação ativa do público.

A sustentabilidade e a responsabilidade também são fatores cruciais. A promoção do turismo por meio de web series deve ser pautada pela sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. É fundamental garantir que o conteúdo promova práticas turísticas responsáveis, respeito à cultura local e cuidado com o meio ambiente. Isso pode exigir parcerias com organizações e entidades locais, assim como a abordagem cuidadosa de temas sensíveis.

Por fim, a mensuração de resultados e o retorno sobre o investimento são fundamentais para avaliar o impacto das web series na promoção do turismo. É preciso analisar métricas, como visualizações, engajamento nas redes sociais, visitação aos destinos retratados e impacto econômico gerado. Essa avaliação permite ajustar estratégias e direcionar recursos de forma mais eficiente.

Em suma, a utilização de web series para promover o turismo apresenta desafios que requerem cuidadosa consideração e planejamento. Superar esses obstáculos envolve estratégias de diferenciação, investimentos em qualidade de produção, acesso e alcance do público-alvo, criação de narrativas atrativas, abordagem de barreiras linguísticas e culturais, geração de engajamento, sustentabilidade, responsabilidade e mensuração de resultados. Com uma abordagem estratégica e uma compreensão aprofundada dos desafios envolvidos, as web series podem se tornar uma ferramenta poderosa para a promoção do turismo de locais.

## **ETAPAS PARA A CRIAÇÃO DE UMA WEB SÉRIE TURÍSTICA**

A criação de uma web série turística requer um processo detalhado e minucioso, composto por diversas fases essenciais. Cada uma dessas etapas desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do projeto, desde a concepção inicial até a distribuição e promoção da série. Neste artigo científico, serão exploradas de forma abrangente as diferentes etapas envolvidas na criação de uma web série turística, oferecendo uma visão aprofundada do processo.

A primeira fase consiste na Pesquisa e Planejamento, na qual é conduzido um estudo abrangente sobre o destino turístico em questão. Essa etapa envolve a coleta de informações relevantes sobre a história, cultura, pontos turísticos e experiências únicas do local. Com base nessas pesquisas, é possível estabelecer o conceito central da web série e definir seus objetivos, além de identificar o público-alvo e as principais mensagens a serem transmitidas.

De acordo com Shimp (2009, p. 39), a seleção do público-alvo marca o início do processo de comunicação e é considerada uma das decisões cruciais que compõem o conjunto de decisões fundamentais. O autor ressalta a importância dessa etapa para o desempenho do processo e destaca-a como um aspecto crítico na elaboração de uma comunicação de marketing eficiente e eficaz. Kotler e Keller (2006, p. 538) corroboram essa perspectiva, afirmando que a definição do público-alvo exerce uma influência fundamental em todas as atividades de comunicação.

A próxima etapa é o Desenvolvimento do Roteiro, na qual as informações coletadas durante a pesquisa são transformadas em uma narra-

tiva envolvente. Nessa fase, são estruturados os episódios da web série, selecionando quais pontos turísticos serão abordados e como eles serão apresentados ao público.

O roteiro deve ser elaborado cuidadosamente, considerando a criação de personagens interessantes, diálogos cativantes e uma progressão narrativa que mantenha o interesse do espectador, equilibrando informações turísticas e elementos emocionais. No roteiro, é possível encontrar um conjunto de elementos simbólicos que estabelecem a estrutura arquetípica da narrativa. Esses elementos, que incluem arquétipos e estereótipos, desempenham funções dramáticas e psicológicas, e são articulados de forma a contar uma história específica e estabelecer o núcleo do imaginário compartilhado com a audiência.

Para compreender o funcionamento desse processo, é necessário compreender o papel do arquétipo na perspectiva junguiana. Jung (1970) define o arquétipo como uma possibilidade de manifestação e concretização de imagens e símbolos, uma forma básica que pode ser preenchida por diferentes imagens em diferentes culturas, mas todas remetendo ao mesmo significado arquetípico.

Durand (2002), por sua vez, considera o conceito de arquétipo junguiano como um dos elementos centrais de sua teoria geral do imaginário. Ele diferencia-se de Jung ao inserir o arquétipo como um elemento intermediário no trajeto antropológico, conectado aos gestos biológicos (postural, digestivo e copulativo), que são considerados básicos, e às estruturas psicológicas. A hipótese de Durand explica a origem do arquétipo em uma perspectiva antropológica e atribui a ele uma função intermediária, atuando como elemento conector entre o mundo interno do indivíduo (biopsíquico) e o mundo externo (natural e cultural).

Após a conclusão do roteiro, segue-se para a fase de Produção e Filmagem, na qual uma equipe de produção qualificada é formada, incluindo diretor, cinegrafistas, técnicos de som e, se necessário, atores.

Durante essa etapa, é essencial selecionar locações autênticas e representativas que transmitam a atmosfera e a essência do destino turístico. Durante a filmagem, são capturadas as cenas que comporão os episódios, buscando-se a excelência em termos de qualidade visual e sonora.

A etapa seguinte é a Edição e Pós-produção, na qual o material bruto é trabalhado para criar uma narrativa coesa e envolvente. Nesse processo, são realizados cortes, ajustes de cor, adição de efeitos visuais e sonoros, e seleção de trilha sonora adequada.

A edição é um aspecto crucial para manter o ritmo da narrativa e

realçar os aspectos mais relevantes do destino turístico retratado, a fim de garantir uma experiência imersiva para o público.

Após a finalização da edição, chega-se à etapa de Distribuição e Promoção da web série turística. Nessa fase, é importante selecionar as plataformas de distribuição mais adequadas para alcançar o público-alvo, como YouTube, Vimeo ou plataformas de streaming. Além disso, é necessário desenvolver uma estratégia de promoção eficaz, incluindo a divulgação nas redes sociais, parcerias com influenciadores digitais e a participação em festivais ou eventos relacionados ao turismo. A interação com o público também é crucial nessa fase, respondendo a comentários, incentivando o engajamento e compartilhando conteúdo adicional relacionado à web série.

Em síntese, a criação de uma web série turística envolve um processo complexo e multifacetado, composto por várias etapas interligadas. Cada etapa desempenha um papel crucial na produção de uma web série de qualidade, que promova o destino turístico de forma atrativa e envolvente para o público-alvo. Seguindo essas etapas com cuidado e atenção aos detalhes, é possível criar uma web série turística impactante que desperte o interesse e incentive a visita ao local retratado.

## **ROTEIRO E STORYTELLING**

A criação de um roteiro para uma web série com o objetivo de promover um local turístico é uma tarefa complexa que requer cuidado e atenção aos detalhes. Essa etapa é fundamental para garantir que o conteúdo seja envolvente, atrativo e transmita de forma eficaz as características e atrativos do destino turístico em questão.

O primeiro passo para a criação do roteiro é realizar uma pesquisa aprofundada sobre o local turístico em destaque. É essencial conhecer sua história, cultura, paisagens, pontos turísticos e experiências únicas. Essas informações embasarão a construção de um conteúdo autêntico e interessante, capaz de despertar o interesse do público-alvo.

Além da pesquisa, é importante realizar uma imersão no ambiente físico do local turístico. Essa imersão proporcionará uma compreensão mais profunda das suas particularidades e permitirá capturar detalhes que enriquecerão o roteiro. Visitas ao local, entrevistas com moradores, guias turísticos e especialistas podem fornecer insights valiosos para a criação do conteúdo.

Após a fase de pesquisa e imersão, é hora de definir a estrutura narrativa da web série. É importante estabelecer uma linha narrativa clara e coerente, que seja capaz de guiar o público ao longo dos episódios. Uma

opção interessante é dividir a série em episódios temáticos, explorando diferentes aspectos do destino turístico, como cultura, gastronomia, natureza, aventura, entre outros.

Cada episódio deve ser cuidadosamente planejado, com uma introdução impactante que desperte a curiosidade do público e o motive a continuar assistindo. É importante definir os pontos de interesse a serem explorados em cada episódio, selecionando os locais mais representativos e as experiências mais marcantes do destino turístico. O roteiro deve ser estruturado de forma a criar uma jornada envolvente, que desperte emoções e transmita a essência do local.

Além disso, é fundamental criar personagens cativantes que possam guiar o público por essa jornada. Esses personagens podem ser fictícios ou baseados em pessoas reais, e devem ter características que se conectem com o público-alvo. Através desses personagens, é possível criar histórias e situações que explorem os atrativos e encantos do destino turístico.

Ao escrever o roteiro, é importante utilizar uma linguagem envolvente, rica em descrições e diálogos autênticos. É preciso capturar a essência do local, transmitindo a beleza das paisagens, a riqueza cultural e as experiências únicas que o destino tem a oferecer. A utilização de elementos audiovisuais, como trilhas sonoras, imagens e vídeos, pode enriquecer ainda mais a narrativa e criar um impacto emocional no público.

Por fim, é essencial revisar e aprimorar o roteiro, buscando aperfeiçoar a narrativa, a coesão e a clareza das informações apresentadas. É recomendado solicitar feedback de profissionais da área audiovisual e de pessoas que representem o público-alvo, a fim de obter perspectivas diferentes e garantir a qualidade do conteúdo.

Em conclusão, a criação de um roteiro para uma web série turística envolve etapas fundamentais, como pesquisa, imersão, definição da estrutura narrativa, seleção de pontos de interesse, criação de personagens cativantes e utilização de uma linguagem envolvente. Essas etapas visam criar um conteúdo atrativo, autêntico e capaz de transmitir de forma eficaz as características e atrativos do local turístico, despertando o interesse do público-alvo e promovendo o destino de maneira impactante.

Inserir os dados obtidos, até o momento, podendo ser apresentados, também, na forma de Quadros, Tabelas e/ou Figuras. A discussão dos resultados deve estar baseada e comparada com a literatura utilizada no trabalho de pesquisa, indicando sua relevância, vantagens e possíveis limitações. Fonte Times New Roman, em corpo 12, justificado, com espaçamento de 1,5 entre as linhas. Não foi definido um limite máximo de palavras para essa seção, com o objetivo de permitir maior flexibilidade ao(s)

autor(es), desde que não seja excedido o limite de seis laudas no total do trabalho.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As considerações finais deste estudo revelam que a relação entre web séries e o mercado turístico é uma temática de grande relevância e merece atenção por parte dos profissionais e gestores do setor. A análise realizada permitiu identificar que as produções audiovisuais desempenham um papel valioso ao promover destinos turísticos, uma vez que têm o potencial de torná-los conhecidos e criar relações afetivas entre os locais retratados e o público-alvo da série.

Os resultados evidenciaram que as web séries apresentam uma forma inovadora de divulgação de destinos turísticos, utilizando-se de narrativas envolventes e recursos visuais atrativos. Essas produções audiovisuais conseguem despertar o interesse do público, criando uma conexão emocional com os lugares retratados. Nesse sentido, as web séries podem ser consideradas como uma poderosa ferramenta de marketing, capaz de influenciar as escolhas e decisões dos viajantes.

Além disso, verificou-se que as web séries possuem um alcance significativo, especialmente entre o público mais jovem e conectado digitalmente. Através das plataformas online e redes sociais, essas produções conseguem atingir um grande número de pessoas, ampliando a visibilidade dos destinos turísticos retratados. Essa exposição midiática contribui para aumentar a notoriedade e atratividade dos locais, despertando a curiosidade e o desejo de visita por parte dos espectadores.

Outro aspecto relevante é a capacidade das web séries de explorar a autenticidade e a diversidade dos destinos turísticos. Ao retratar os lugares de forma realista e genuína, as produções audiovisuais estabelecem uma conexão emocional com o público, despertando o interesse por experiências autênticas e explorando aspectos culturais, históricos e naturais dos destinos.

Ademais, é importante ressaltar que as web séries também podem contribuir para o desenvolvimento econômico das regiões turísticas.

Ao impulsionar o turismo nos destinos retratados, essas produções audiovisuais estimulam a atividade econômica local, gerando empregos, aumentando a demanda por serviços turísticos e fortalecendo a cadeia produtiva do setor.

No entanto, é fundamental que os profissionais do turismo e os ges-

tores dos destinos compreendam a importância de estabelecer parcerias estratégicas com os produtores de web séries. A colaboração entre esses atores pode potencializar os efeitos positivos da promoção turística, garantindo a autenticidade das experiências retratadas e otimizando a divulgação dos destinos.

Nesse contexto, a criação de roteiros turísticos baseados nas locações das web séries pode ser uma estratégia interessante para incentivar o fluxo de visitantes. Os destinos turísticos podem aproveitar o interesse gerado pelas produções audiovisuais e desenvolver pacotes turísticos temáticos, oferecendo aos viajantes a oportunidade de vivenciar as experiências retratadas nas web séries.

Por fim, é válido ressaltar que o estudo sobre a relação entre web séries e o mercado turístico é um campo em constante evolução, exigindo a atualização contínua dos profissionais do setor. O acompanhamento das tendências e inovações nesse segmento é fundamental para explorar ao máximo o potencial das produções audiovisuais como ferramentas de promoção turística e estabelecer uma conexão duradoura entre os destinos e o público-alvo.

Devem ser elaboradas com o verbo no presente do indicativo, em frases curtas, sem comentários adicionais, e com base nos objetivos e resultados do Artigo Completo. Não deve exceder 200 (duzentas) palavras, sendo a fonte Times New Roman, em corpo 12, justificado, com espaçamento de 1,5 entre as linhas.

## REFERÊNCIAS

- 100%PURENEWZEALAND. Passeios pela trilogia O Senhor dos Anéis. Disponível em: <<https://www.newzealand.com/br/feature/the-lord-of-the-rings-trilogy-experiences/>> Acesso em: 28/05/2023.
- ALBERNAZ, P. C. Curta Brasília: a imagem da cidade no olhar do cinema e sua relação com o turismo. 2009. 193f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Universidade de Brasília. Brasília, 2009.
- BRASIL, Ministério do Turismo. Estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do Turismo e Audiovisual brasileiras. Brasília: Ministério do Turismo: 2007.
- BRASIL, Ministério do Turismo. Turismo Cultural: Orientações básicas. 3ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- DIMOSKA, Tatjana; TRIMCEV, Boris. Competitiveness strategies for supporting economic development of the touristic destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, [S. l], n. 44, p. 279-288, 2012.
- DUQUE, A. S. C. O Cinema na construção de territórios turísticos: a imagem do rural no cinema português. 2013. 133f. Dissertação (Mestrado em Lazer, Patrimônio e Desenvolvimento) – Faculdade de Letras - Universidade de Coimbra. Coimbra, 2013.
- DURAND, G. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FILL, Chris. Marketing communications: contexts, strategies, and applications. Harlow: Prentice Hall, 2002.
- FU, Hui, YE, Ben Haobin, XIANG, Junzhi. Reality TV, audience travel intentions, and destination image. *Tourism Management, Guildford*, v. 55, p. 37-48, Aug 2016.
- JUNG, C. G. Arquetipos e inconsciente colectivo. Barcelona: Paidós, 1970.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. São Paulo: PrenticeHall, 2006.
- MOORE, Jeri; THORSON, Esther. Strategic planning for integrated marketing communications programs. In: THORSON, Esther; MOORE, Jeri (ed). *Integrated communication: synergy of persuasive voices*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.
- NIELSEN, Christian. Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística. São paulo: Contexto, 2002.

OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

OLIVEIRA, R. D. S. O turismo cinematográfico no Rio de Janeiro pela ótica atorrede. 2018. 164f. Dissertação (Pós-Graduação Strictu Sensu em Turismo) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2018.

OLIVEIRA, Frederico Ferreira. Comportamento do consumidor: um estudo das teorias de marketing aplicadas ao turismo. 2008. Disponível em: <http://pro-thor.com/wp-content/uploads/artigo5-comportamento-do-consumidor-um-estudo-das-teorias-de-marketing-aplicadas-ao-turismo.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2017.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

SHIMP, Terence A. Comunicação integrada de marketing: propaganda e promoção. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SILVA, R. S.; PEREIRA, M. M.; MOREIRA, G. L.; PERINOTTO. A. R. C. Turismo e cinema: promoção turística a partir do filme sete anos no Tibete. Revista Rosa dos Ventos. v3 n3, jul/dez, 2011.