

UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA

Turismo Cinematográfico através dos filmes de Harry Potter

Film Tourism through Harry Potter Series

Ana Beatriz Costa Silva. Graduanda do curso de Turismo da Universidade Veiga de Almeida. Email: ana.bea@aol.com

Ana Luisa Verdejo Núñez. Mestre em Psicanálise, Saúde e Sociedade (UVA - 2014). Pós-graduada em Gestão da Qualidade Total (UCP - 1996). Bacharel em Estatística (UERJ - 1987). Professora da Universidade Veiga de Almeida, de 2000 até o presente momento no curso de Turismo e outros.

Email: ana.nunez@uva.br

Resumo

O turismo cinematográfico é baseado na influência exercida sobre o turista para a escolha do lugar a ser visitado após tê-lo visto em um filme, série ou programa televisivo. O turismo aliado ao cinema ajuda na construção da imagem de um destino no imaginário do turista, além disso, os filmes são ferramentas que podem vir a ajudar na promoção de destinos turísticos, ajudando na divulgação de seus atrativos e também sua cultura. Os filmes da série Harry Potter impactaram no turismo, tanto de seu país de origem como também em seus parques temáticos, ajudando no aumento do número de visitantes. O sucesso desses filmes tem sido benéfico e continuam incentivando turistas a conhecer os lugares que se relacionam com o filme.

Palavras-chave: Turismo Cinematográfico; Harry Potter; Imaginário, Imagem.

Abstract

Film tourism is based on the influence exerted on the tourist in order to choose the place to be visited after being seen in a movie, series or television programs. Tourism allied to the cinema helps constructing images of a destination in the tourist's imagination and added to that, films are tools that can help on promotions of tourist destinations, spreading their attractions and culture. The Harry Potter series impacted on tourism, both in their origin's country and in its theme park, which helped to increase the number of visitors. These films has been beneficial and still encourages tourists to know more and visit the places related to the film.

Palavras-chave: Film tourism; Harry Potter; Imaginary, Image.

Introdução

O cinema é uma grande e boa ferramenta para a promoção de destinos turísticos. É uma indústria crescente que, mesmo por entretenimento, mexe com o imaginário do espectador, pois ainda que nunca tendo visitado o lugar, no cinema ele é levado a esses destinos através de suas imagens.

O turismo aliado ao cinema pode trazer visibilidade a um destino turístico através da promoção feita pelos filmes, pois mobiliza milhões de espectadores pelo mundo, e se for contar com os filmes em dvd's e séries televisivas esse número fica ainda maior.

As produções cinematográficas são ferramentas que podem vir a ajudar e incentivar o turismo local de uma cidade que está sendo apresentada em um filme, podendo também influenciar na escolha do turista sobre qual local será visitado em sua primeira ou próxima viagem. Os filmes ajudam a divulgar e promover um produto turístico e sua cultura, mesmo que indiretamente, despertando assim a sua curiosidade e instigando o imaginário do turista sobre aquele local visto, fazendo com que o mesmo se interesse a buscar algo a mais pela cidade/país visto, assim despertando a sua vontade de ir conhecê-la.

A série de filmes Harry Potter, é um fenômeno da sua geração, tendo grande impacto na literatura fantástica e no cinema, desde o seu lançamento. Teve seu impacto também no turismo de uma forma geral, promovendo destinos que tem alguma relação com os filmes, como as locações pelo Reino Unido e seus 3 parques temáticos, o The Wizard World of Harry Potter.

1 Turismo Cinematográfico

Turismo cinematográfico corresponde ao turismo baseado nas visitas às locações onde filmes e séries televisivas e cinematográficas foram produzidos. (NASCIMENTO, 2009).

O turismo cinematográfico está ligado a um público específico que busca ou se sente motivado a viajar por influências de filmes e programas televisivos, a viagem pode ser toda voltada ao turismo cinematográfico, como pode ser somente uma parte dela dedicada a isso.

Atualmente, assistir um filme ou uma série, por exemplo, não se restringe somente a ir ao cinema ou a assistir pela televisão de casa, com a tecnologia cada vez mais avançada, é possível fazer isso portando celulares, tablets, notebooks, etc e em qualquer lugar e/ou horário oportuno.

De acordo com Hudson e Ritchie (2006), o turismo cinematográfico é um fenômeno crescente mundial, “potencializado pelo crescimento de dois setores: a indústria do entretenimento e as viagens internacionais” (apud NASCIMENTO, 2009, p.12).

Os autores ainda afirmam “que não há dúvidas que o cinema tem certa influência nas decisões de viagens.” (HUDSON E RITCHIE, 2006^a, p. 256-257 apud O’CONNOR, 2010, p.85).

Para o Ministério do Turismo Brasileiro:

O cinema e a televisão podem agregar valor a um destino turístico, transformando cenários e recursos culturais em grandes atrativos, quando esses forem palco para as gravações de um filme ou minisséries e novelas de cunho histórico, principalmente. Quando tais produções se tornam conhecidas, podem estimular maior fluxo turístico para esses locais. Tal fato deve ser visto como uma oportunidade de se trabalhar outros conteúdos presentes no local, aproveitando o fluxo de turistas para promover a cultura local, valorizando-a em sua totalidade de aspectos. (Ministério do Turismo, 2008, p. 24)

É possível perceber que as produções cinematográficas ajudam a criar a percepção dos destinos turísticos, influenciando na escolha do local a ser visitado. Muitos filmes motivam e despertam a vontade do espectador de conhecer certos lugares onde um dia já foram cenários para grandes produções cinematográficas.

O Ministério do Turismo Brasileiro cita que o telespectador é influenciado pelas locações de um filme “de forma consciente ou não, induzindo-o a incorporar em seu imaginário pessoal os cenários onde se desenvolveram suas tramas favoritas” (2007, p.8).

Tanto o turismo quanto o cinema se apropriam de imagens para o seu desenvolvimento, o turismo como uma promoção de destino e expectativa, e o cinema para a construção e desenvolvimento de um filme, que necessita de um plano de fundo independente dela ser uma paisagem ou não.

Nascimento (2009) cita que as pessoas buscam por locais com as quais tenham algum vínculo emocional, e essa ligação pode ser forjada pelo cinema, pois “as pessoas são estimuladas pelas imagens espetaculares, resultantes da capacidade que diretores e fotógrafos cinematográficos têm de criar e que acabam por excitar a imaginação.” (2009, p.29).

O turista acaba criando uma expectativa e busca vivenciar uma parte daquilo que lhe foi apresentado em tela, seja por busca de satisfação ou forma de escape.

Para Beeton,

A popularidade de certos filmes e séries televisivas tem não somente aumentado as visitas aos locais de destaque (e utilizados para encorajar turistas a retornar), mas também criou uma gama de nichos de operações de turismo baseadas no enredo, notoriedade e aspectos culturais de tais representações de mídia. (2005, pos.337-339)

O'Connor diz que os filmes “que são feitos em lugares históricos ou em patrimônios famosos, como castelos por exemplo, ganham uma popularidade muito maior como destino turístico, depois que o filme é lançado, e que antes não tinha.” (2010, p.79)

Para Jafari, “os filmes na atualidade têm demonstrado seu poder de capacidade de criar destinos turísticos, transformando locais comuns em atrações, bem como vetor para a criação de parques temáticos.” (2003 apud NASCIMENTO, 2009, p.12).

Filmes e séries televisivas muitas vezes promovem certos lugares de cunho histórico, às vezes, de forma não proposital, quando um filme faz muito sucesso, acaba promovendo tal atrativo de forma que este não se torne apenas um atrativo cinematográfico, mas seu aspecto cultural continue ali preservado e tendo o reconhecimento merecido.

Já os filmes mais atuais vem tendo um impacto muito maior no cinema do que antes, o que já atrai bastante público, a criação de parques temáticos ou atrações de certos filmes em parques já se torna de grande valor para aquela cidade onde o mesmo está instalado, pois atrai mais público que vai buscando aquela atração específica por exemplo, como também incentiva turistas a voltarem devido a uma nova atração instalada ali.

A Disney é um exemplo, explora o seu turismo em cima de seus filmes, segundo Nascimento (2009), Walt Disney percebeu o poder de estímulo do cinema, e o desejo do público de tocar ou ver o que estava sendo mostrado e utilizou isso a seu favor. A Disney busca sempre inovar, colocando novas atrações relacionadas a seus filmes, fazendo com que o turista tenha a necessidade de voltar para lá.

Para Nascimento “cada vez mais turistas afirmam se inspirar em sucessos do cinema e da tv para eleger destinos”. (2009, p.15).

2 Turismo cinematográfico através de Harry Potter

Harry Potter é originalmente uma série de 8 livros criados pela autora J.K Rowling, com mais de 450 milhões de exemplares vendidos pelo mundo, e seus livros traduzidos para mais de 60 idiomas. O último livro, *Harry Potter e a criança amaldiçoada*, lançado em julho de 2016, é um roteiro de peça, escrito pela autora J.K, Jack Thorne e John Tiffany, bateu recordes tornando-se o livro mais vendido da década no Reino Unido, com 680 mil cópias vendidas com três dias de lançado.

Apesar de em um primeiro momento Harry Potter ser voltado ao público infanto- juvenil, tanto os livros quanto os filmes abrangem um público geral. As razões pelo qual fez tanto sucesso são muitos, vão do mundo criado pela autora contendo muita fantasia e lugares mágicos, até mesmo auto – identificação.

Segundo Trigo,

A produção de Harry Potter, um dos fenômenos do entretenimento atual, [...] tornou-se matéria prima preciosa para o cinema e todo o universo de licenciamento de produtos A estratégia de marketing teve como finalidade disseminar o produto no mercado sem, entretanto, saturar sua imagem, afinal é uma série de vários filmes, e isso exige uma certa preservação da imagem dos personagens. (2005, p.59-60).

A ideia de transformar o livro em filme partiu do Produtor David Heyman, após o mesmo ler o manuscrito não publicado do primeiro livro, Harry Potter e a Pedra Filosofal por indicação em 1997. O livro foi publicado logo depois no mesmo ano, e o acordo para que Harry Potter se tornasse uma adaptação cinematográfica foi fechado. As gravações do filme começaram no ano 2000 e seu lançamento feito em novembro de 2001. “Harry Potter e a Pedra Filosofal” bateu recordes, tendo na época sido a segunda maior bilheteria da história do cinema, alcançando a marca de US\$ 926 milhões em fevereiro de 2002 (site BBC).

Desde então, os filmes subsequentes obtiveram sucessos iguais ou superior ao primeiro filme. O último filme lançado, “Harry Potter e as Relíquias da Morte – parte 2” arrecadou US\$ 1,01 bilhão nas bilheterias com menos de um mês em cartaz, tornando-se o filme mais rentável da história da Warner Bros, e a terceira maior bilheteria da história do cinema em 2011 (site Último Segundo/ IG).

Num total, foram 8 filmes lançados, atingindo a marca de mais de US\$ 7,7 bilhões arrecadados em bilheteria (site UOL), tornando-se a maior série cinematográfica mais bem sucedida do cinema. (site Legião dos heróis/uol).

Harry Potter teve um impacto positivo tanto nos livros quanto nos filmes, tendo uma legião de fãs no mundo todo, sua marca se tornou valiosa, tendo grande influência na cultura popular britânica, e um peso muito grande na mídia, bem como também no turismo.

Segundo Nascimento,

A série Harry Potter, megassucesso literário e cinematográfico, é um dos grandes impulsionadores da atividade turística na região. As autoridades da Grã-Bretanha afirmam que tanto os livros como os filmes do jovem bruxo contribuíram para a construção de outra imagem daqueles países em âmbito internacional. (2009, p.51).

Aproveitando o sucesso dos filmes, o Reino Unido usufruiu do sucesso de Harry Potter em prol do turismo local. A ideia de promover os lugares que aparecem em Harry Potter se deu logo na primeira semana de lançamento do primeiro filme, pois segundo o site BBC, com o sucesso que o filme teve logo em seu primeiro fim de semana, batendo recordes nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, a, na época, BTA (Departamento de turismo Britânico) acreditava que turistas teriam vontade de conhecer esses lugares.

Ainda segundo o site BBC, a diretora da BTA na época, Seren Welch, “disse que "o filme vai fazer com que as pessoas queiram vir à Grã-Bretanha para descobrir sua magia".”

E de fato fez, pois os impactos dos filmes para o Reino Unido foram positivos, o castelo de Alnwick, por exemplo, teve um aumento considerável nas visitas de acordo com o Oxford Economics (2012), e segundo o MTur (2007), todas as locações utilizadas no Reino Unido tiveram um aumento de 50% ou mais só com os três primeiros filmes.

Segundo Nascimento, “tamanho foi o sucesso que fez com que a Visit Britain criasse um guia para capitalizar a promoção causada pelos filmes: Harry Potter: discovering the magic of Britain” (NASCIMENTO, 2009, p.51).

Era um mapa que podia ser adquirido nas embaixadas britânicas pelo mundo e promovia o país como um destino mágico. Atualmente esse guia não está mais sendo impresso para comercialização.

Bernardet afirma que “a imagem cinematográfica permite-nos a assistir a essas fantasias como se fossem verdadeiras; ela confere realidade a essas fantasias.” (2006, p. 13)

É possível perceber que o cinema mexe com o imaginário do público, que está ali assistindo a um filme, através de suas imagens passadas.

A série Harry Potter passa muitas mensagens para o seu público, como lições de amizade, lealdade, de coragem, entre outras. Com isso, a série em si serviu como forma de refúgio para milhares de pessoas pelo mundo, há diversos relatos na internet sobre superação através dos filmes.

Os fãs da série, em sua maioria, cresceram juntos com os personagens, o que faz a ligação com os filmes, talvez, ainda maior. Todo o mundo mágico, criado pela J.K Rowling, apesar de ser, teoricamente, irreal, no cinema esse mundo ganhou vida e adentrou o imaginário de milhões de pessoas pelo mundo, despertando os mais diferentes sentimentos pelo filme.

O turismo cinematográfico está ligado a esses sentimentos despertados, as imagens guardadas, quando de fato o turista se encontra em um local do filme é como se aquele imaginário ali guardado estivesse sendo realizado.

O sucesso da série é tão grande que, além do turismo pelas diversas locações no Reino Unido, ainda originou parques temáticos, dois nos Estados Unidos em Orlando e Los Angeles respectivamente, e um no Japão em Osaka, bem como a abertura dos estúdios da Warner Bros' ao público em Leavesden no Reino Unido, além de outros segmentos.

A série Harry Potter mostra que tem grande impacto no turismo, quando percebe-se o tanto que há a se fazer nesse segmento, e a quantidade de destinos e atrativos promovidos através de sua marca.

2.1 Castelo de Alnwick

O Castelo de Alnwick é um castelo medieval, localizado em Northumberland, região nordeste da Inglaterra fronteira com a Escócia. De acordo com o site do castelo (Alnwick Castle), é um monumento histórico e há registros de que o castelo está ali por 1.000 anos, e desde o século XIV passou a abrigar a família Percy. É um dos maiores castelos habitados do Reino Unido.

O castelo é aberto para visitação, necessário comprar os ingressos, porém no inverno é fechado e só reabre novamente na próxima estação, primavera, em meados de março. (site Alnwick Castle)

O castelo é cenário para diversos filmes e séries televisivas desde 1964 (OLSEBERG SPI, 2015) entretanto segundo o próprio site Alnwick Castle, sua aparição mais famosa foi nos dois primeiros filmes de Harry Potter. O castelo compôs uma das partes do Castelo de Hogwarts onde ocorriam as aulas de quadribol¹.

Segundo o Oxford Economics (2012), desde a sua aparição nos filmes, em 2001 até 2011, houve um aumento no número de visitantes em 120%.

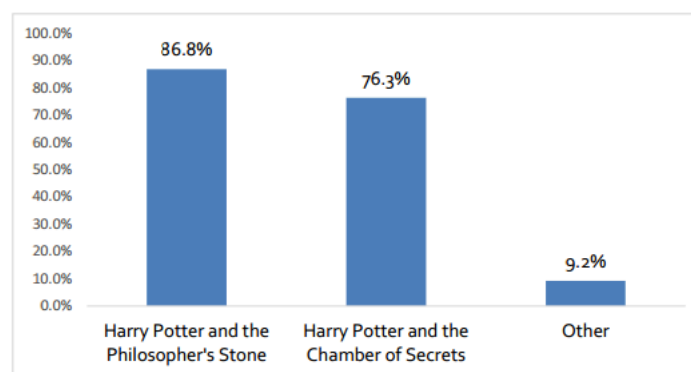
O castelo de Alnwick, deixa visível a força que Harry Potter tem sobre um lugar turístico, quando o mesmo apareceu somente nos dois primeiros filmes da série e continuou a ter seu número de visitantes crescendo.

De acordo com Olsberg SPI (2015), uma pesquisa feita com diversos atrativos cinematográficos, incluindo o Castelo de Alnwick, levando em consideração os filmes de Harry Potter, avaliou que o castelo foi o que teve melhor desempenho em 2014, onde turistas cinematográficos deixaram no total um gasto anual estimado no valor de £ 4,3 milhões. Ainda relata a importância que filmes altamente populares tem em promover um destino.

Numa pesquisa feita, com a Olsberg SPI, com 317 visitantes do castelo, foi perguntado quais filmes ou séries televisivas motivaram em parte suas visitas ao castelo. A maioria das respostas foram os dois primeiros filmes de Harry Potter como mostra a figura 1 a seguir.

Figura 1: Gráfico demonstrativo de filmes que motivaram em partes a visita ao castelo

Figure 19 – "Which of these films or television dramas partly motivated your visit to Alnwick Castle?"



Note: Results represent proportion of all screen tourists for whom each production was a factor in their visit.

Fonte: Quantifying film and television tourism in England - Olsberg SPI

Com gráfico, percebe-se que, talvez, mesmo não sendo um fator principal os filmes ainda assim motivam visitantes graças a promoção feita através dos filmes.

O castelo de Alnwick é uma das atrações mais populares, vale ressaltar que o mesmo ainda é conhecido como “Castelo de Hogwarts”, por sua aparição nos filmes (Site Potterish).

Segundo o Visit Britain, vale a pena fazer a visita guiada, onde o guia fantasiado, conta as histórias sobre bastidores do filme.

2.2 Estação King Cross

A estação King Cross, localizada em Londres e umas das mais importantes da cidade foi utilizada como locação, desde o primeiro filme da série Harry Potter, para ser o ponto de partida do “Expresso Hogwarts”. De acordo com Revenson (2015), a estação foi construída na época vitoriana e possui dois abrigos de trens com 250 metros de comprimento, além de tetos com mais de 20 metros de altura.

Apesar de tanto nos filmes quanto nos livros a plataforma 9 $\frac{3}{4}$ estar localizada entre as plataformas 9 e 10, suas filmagens não ocorreram ali, pois as respectivas plataformas se localizam em um anexo lateral da estação. As filmagens aconteceram entre as plataformas 4 e 5, que estão localizadas no prédio principal da estação, pois segundo Revenson, “Craig² queria mostrar a arquitetura vitoriana da estação para obter uma imagem forte.” (2015, p.48).

O quinto filme da série, Harry Potter e a Ordem da Fênix, foi o único que teve cenas gravadas na estação St. Pancras, de acordo com o autor, Stuart Craig optou por usar o exterior mais elaborado da estação ao invés de usar o exterior mais simples da estação King Cross. (REVENSON, 2015)

O fato é que desde a sua primeira aparição nos filmes, a estação King Cross ficou marcada tornando-se um dos principais pontos turísticos a ser procurado por fãs da série, a própria administração da estação resolveu homenagear o filme adicionando uma placa com os dizeres “Plataforma 9 $\frac{3}{4}$ ” entre as plataformas 9 e 11 (site QverLondres), e sempre há filas com dezenas de pessoas querendo tirar uma foto ali. Logo depois foi aberta uma loja oficial com diversos souvenirs ligados ao universo Harry Potter (site Rollings Stone) ao lado da placa.

2.3 Warner Bros Studio Tour – The Making of Harry Potter

Os estúdios, onde ocorreram grande parte das gravações dos oito filmes da série Harry Potter, em Leavesden, foi aberto para visitação em 12 de março de 2012, no mesmo ano em que ocorreram as Olimpíadas e Paraolimpíadas de Londres e desde então tem atraído muitos turistas ao lugar.

Antes mesmo da abertura ao público os ingressos para os próximos 2 meses, a partir da data de lançamento, já estavam esgotadas (site A Tarde/Uol). O tour consiste em mostrar os bastidores, curiosidades das gravações e sobre os filmes, além dos cenários, e acessórios.

De acordo com o site da Warner Bros Studio Tour, pelo fato de os livros ainda não terem sido todos lançados³ enquanto ocorriam as gravações, a produção guardou diversos itens, entre objetos e figurinos, feitos somente para os filmes para caso tivesse que utilizar novamente em alguma gravação futura. Após o fim das filmagens de *Harry Potter e as Relíquias da Morte parte 2*, esses itens continuaram intactos.

A fim de preservar e querer mostrar todos esses itens aos f s, para que eles tivessem a oportunidade de “experimentar a magia do cinema”, grande parte da equipe e elenco voltaram aos est dios para montar os sets e gravar vídeos para que, posteriormente, os est dios, fossem abertos ao público.

O est dio tem 14 mil metros quadrados, e o tour dura em média 3 horas. O tour começa com mostrando gravações feitas com atores e diretores, e logo após o tour começa pelo Salão Principal da escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts.

Além do salão,   possível ver o Beco Diagonal, o armário sob a escada, a maquete do Castelo de Hogwarts, além de muitos outros cenários e acervos dos filmes.

A administração do est dio não divulga o número médio anual de visitantes recebido. O que se sabe é que o est dio se tornou uma das grandes atrações do Reino Unido, e atrai muitos fãs e turistas em geral que querem ver de perto como foi feito os filmes.

O est dio busca lançar atrações diferenciadas de curto prazo ao longo do ano, uma das últimas foi “Hogwarts na neve”, onde a maquete esteve sobre a neve, e permaneceu até 19 de janeiro de 2017, segundo o site da Warner Bros Studio.

Outra atração também, segundo o site Panrotas, foi o jantar de *The Making of Harry Potter – Jantar no Salão Principal*, um evento que aconteceu entre os dias 7 e 8 de dezembro de 2016. Onde os convidados puderam participar de um jantar “à la Hogwarts”, os participantes que adquiriram o pacote, ganharam também alguns brindes exclusivos e ingressos para o tour.

Ambos os eventos, são atrações diferenciadas que atraem ainda mais público, como também, pode vir a motivar turistas, que foram antes dessas atrações, a querer voltar.

O Warner Bros Studio Tour – The Making of Harry Potter está entre as melhores atrações de Londres, divulgado no site do Visit London e também entre os melhores lugares de Harry Potter na seção especial do filme no site da Visit Britain e os ingressos só são vendidos antecipadamente.

2.4 Parques temáticos – The Wizard World of Harry Potter

Atualmente são 3 parques temáticos voltado para o mundo de Harry Potter, localizados em Orlando, Osaka e Los Angeles, todos dentro do complexo de atrações temáticas da Universal.

O primeiro parque temático, The Wizard World of Harry Potter – Orlando, foi inaugurado em 2010, uma união feita entre A Warner Bros Entertainment e a Universal Orlando Resort para trazer à vida o mundo mágico de Harry Potter (site Omelete/Uol), inicialmente, o vilarejo de Hogsmead e o Castelo de Hogwarts.

Uma das principais atrações dos parques, segundo o Potterish, é a Harry Potter e a Jornada Proibida, onde a atração temática abusa de tecnologia interativa.

No fim de 2011, segundo o Pottterish, foi anunciado pelas empresas A Warner Brothers Entertainment e a Universal Parks and Resorts, que um novo parque temático de Harry Potter seria feito, agora em Los Angeles, havendo grandes expectativas com o crescimento no turismo. O parque temático foi inaugurado

No ano seguinte, em 2012, foi anunciado pelas duas empresas que mais um parque temático, The Wizard World of Harry Potter, seria inaugurado no Japão.

Um detalhe interessante a destacar é que desde a inauguração do primeiro parque temático, The Wizard World of Harry Potter, em 2010, mais dois parques temáticos de mesmo nome, foram confirmados em um período de 2 anos, apenas.

Os parques temáticos de Harry Potter no Japão e Los Angeles, foram inaugurados em 2014 e 2016, respectivamente.

Em 2014, também foi inaugurado a extensão do parque temático em Orlando, agora com réplicas do Beco Diagonal, e cidade de Londres, além também do trem Expresso Hogwarts para viajar da estação King Cross a estação de Hogsmead. (site Exame)

Os parques temáticos, The Wizard World of Harry Potter, impactaram positivamente no turismo trazendo um aumento significativo para os parques temáticos.

Segundo o site Folha de São Paulo, os parques relacionados a Harry Potter de Orlando e Japão, tiveram um aumento de 30% no número de visitantes, e os ingressos para a inauguração do parque temático em Los Angeles, esgotaram rapidamente fazendo com que a Universal interrompesse as vendas online. Ainda segundo o site, foi a primeira vez na história da Universal que algo desse tipo aconteceu.

Os parques temáticos são as maiores provas de imaginário, levando em consideração os parques temáticos de Harry Potter, eles trazem a vida uma experiência única de vivencia dentro dos filmes, o que pode vir a tornar a visita ainda melhor.

Considerações finais

O Turismo Cinematográfico vem crescendo ao longo do tempo, e já tem obtido impactos positivos no desenvolvimento do local turístico. Obviamente, isso se deve ao fato do cinema ser uma ferramenta bastante poderosa, trabalha com imagens e adentra o imaginário de seu espectador.

De fato, uma imagem mexe com o imaginário do turista, despertando desejos e vontades, e é a partir desses desejos que nasce ou pode vir a nascer a vontade de conhecer um lugar.

O turismo cinematográfico de Harry Potter foi bem sucedido, a série de livros em si já foi sucesso absoluto assim que lançado, vale ressaltar que o acordo para virar filme já havia sido feito antes do lançamento do livro, e após a estreia do primeiro filme, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, esse sucesso foi consolidado.

A série de filmes, utilizou destinos do Reino Unido para dar vida ao mundo mágico criado pela autora JK Rowling, um país que respira cultura por todos os lados. A maioria dos lugares escolhidos para compor o mundo de Hogwarts são, em sua maioria, cheios de aspectos culturais. O

turismo através dos filmes Harry Potter, inicialmente, não foi algo premeditado, entretanto, com o tamanho sucesso filme, o turismo do Reino Unido viu a possibilidade de promoção e utilizou isso a seu favor.

Um turismo que deu e ainda dá muito certo, Harry Potter é um fenômeno até hoje e já despertou e ainda desperta a vontade de milhões de pessoas mundo a fora de conhecer os lugares que foram utilizados como cenário, assim como o estúdio utilizado para gravação dos filmes e também seus parques temáticos, que foram e são sucesso absoluto desde suas inaugurações.

E com o primeiro spin-off da série, *Animais Fantásticos e Onde Habitam*, estreado em novembro de 2016, e já tendo sido confirmado que será uma nova série de 5 filmes, confirmados pela própria J.K Rowling, o turismo através do universo de Harry Potter só tende a crescer.

O turismo cinematográfico através dos filmes de Harry Potter, incentivou e vem incentivando turistas a conhecerem lugares relacionados a série, promovendo diferentes locais com aspectos culturais e de entretenimento, transformando imaginários em realidade

Notas

Nos filmes de Harry Potter, quadribol “é o mais popular e nobre esporte dos bruxo” Fonte: Potterish.

² Stuart Craig é o produtor de designer dos filmes Harry Potter.

³ Até o fim das gravações dos dois últimos filmes, em 2010, o último livro lançado havia sido o Harry Potter e as Relíquias da Morte, em julho 2007.

Referências Bibliográficas

A TARDE. **Turismo britânico ganha mais um atrativo: Estúdios de Harry Potter.** Disponível em:

<http://www.atarde.uol.com.br/turismo/noticias/1439625-turismo-britanico-ganha-mais-um-atrativo:-estudios-de-harry-potter>.

ALNWICK CASTLE. Disponível em: <https://www.alnwickcastle.com>.

BBC. **'Harry Potter' é a segunda maior bilheteria da história.** Disponível em:

http://www.bbc.com/portuguese/cultura/020219_potterbg.shtml.

BBC. **Lugares que aparecem em 'Harry Potter' serão atração turística.** Disponível em:

http://www.bbc.com/portuguese/cultura/011120_pottermatp.shtml.

BEETON, Sue. **Film-Induced-Tourism.** Aspects of Tourism: 25. Chanel View Publications, 2005. Ebook.

BERNARDET, Jean-Claude. **O Que é Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

EXAME. **Parque da Universal inaugura nova atração de Harry Potter**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/parque-da-universal-em-orlando-inaugura-nova-atracao-de-harry-potter-em-julho/>.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Parque de 'Harry Potter' abre as portas no Universal Studios de Los Angeles**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/turismo/2016/04/1758542-parque-de-harry-potter-abre-as-portas-no-universal-studios-de-los-angeles.shtml>.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de Sinergia e Desenvolvimento Entre as Indústrias do Turismo e Audiovisual Brasileiras**. Brasília, Ministério do Turismo, 2007.

LEGIÃO DOS HEROIS. **As 15 franquias mais lucrativas de Hollywood**. Disponível em: <http://legiaodosherois.uol.com.br/2014/15-franquias-cinematograficas-mais-lucrativas-de-hollywood.html/15>.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. 2ª Ed. Brasília, Ministério do Turismo, 2008.

NASCIMENTO, Flavio Martins e. **Cineturismo**. São Paulo: Aleph, 2009.

O'CONNOR, Noelle. **A Film Marketing Action Plan (FMAP) for Film Induced Tourism Destinations**. 2010. Tese (Doutorado) - Dublin Institute Of Technology, Dublin, 2010. Disponível em: <http://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1016&context=tourdoc>.

OLSEBERG•SPI. **Quantifying film and television tourism in England**. 2015. Disponível em: <http://applications.creativeengland.co.uk/assets/public/resource/140.pdf>.

OMELETE. **Harry Potter ganhará parque temático em 2009**. Disponível em: <https://omelete.uol.com.br/games/noticia/harry-potter-ganhara-parque-tematico-em-2009/>.

OXFORD ECONOMICS. **The Economic Impact of UK Film Industry**. 2012 Disponível em: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-economic-impact-of-the-uk-film-industry-2012-09-17.pdf>.

PANROTAS. **Fãs de Harry Potter poderão jantar em Hogwarts no Natal**. Disponível em: http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/destinos/2016/10/f-atildes-de-harry-potter-poder-atildeo-jantar-em-hogwarts-no-natal_140494.html.

POTTERISH. **O Mundo Mágico de Harry Potter**. Disponível em: <http://conteudo.potterish.com/o-mundo-magico-de-harry-potter/>.

POTTERISH. Universal Studios Japão anuncia novo parque temático de Harry Potter em 2014. Disponível em:

<http://potterish.com/2012/05/universal-studios-japao-anuncia-novo-parque-tematico-de-harry-potter-em-2014/>.

QVER LONDRES. Lugares de película em Londres. Disponível em:
<http://www.qverlondres.com/mas-londres/lugares-de-pelicula-en-londres/anden-9-y-%C2%BE-en-londres/>.

REVENSON, Jody. Os Lugares Mágicos dos Filmes de Harry Potter. 1ª Ed. Rio de Janeiro, 2015.

ROLLING STONE. Loja de Harry Potter é montada na estação Kings Cross, em Londres.

Disponível em:

<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/loja-de-harry-potter-e-montada-na-estacao-kings-cross-em-londres/>.

ÚLTIMO SEGUNDO. Bilheteria de "Relíquias da Morte - Parte 2" ultrapassa US\$ 1 bi.

Disponível em:

<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/bilheteria-de-reliquias-da-morte-parte-2-ultrapassa-us-1-bi/n1597111048439.html>.

UOL. Filmes de Harry Potter ultrapassam US\$7 bi nas bilheterias. Disponível em:

<http://cinema.uol.com.br/noticias/reuters/2011/07/22/filmes-de-harry-potter-ultrapassam-us7-bi-nas-bilheterias.htm>.

VISIT BRITAIN. As melhores locações dos filmes de Harry Potter. Disponível em:

<https://www.visitbritain.com/br/pt-br/melhores-locacoes-dos-filmes-de-harry-potter>.

VISIT BRITAIN. Filmes de Harry Potter. Disponível em:

<https://www.visitbritain.com/br/pt-br/filme-e-tv/filmes-de-harry-potter>.

VISIT LONDON. Top 10 London Attractions. Disponível em:

<http://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/london-attraction/top-ten-attractions?ref=hpmoaic#jAfSoItoEwTbiXZS.97>

WARNER BROS STUDIO TOUR LONDON. About the Studio Tour. Disponível em:

<https://www.wbstudiotour.co.uk/the-tour-experience/about-the-studio-tour>.

WARNER BROS STUDIO TOUR LONDON. The Tour Experience. Disponível em:

<https://www.wbstudiotour.co.uk/the-tour-experience/whats-on>.

