

FLORIPA FILM COMMISSION: CENÁRIO ATUAL E SUGESTÕES PARA O FUTURO

Beatriz Lacerda da Silva¹

Fabiana Calçada de Lamare Leite²

Resumo: Este artigo investiga a atuação da Floripa Film Commission e sugere ações a serem implementadas por sua gestão, visando o fortalecimento do turismo na cidade de Florianópolis. Para isso, foi feita uma pesquisa bibliográfica prévia a respeito do conceito e funcionamento de uma film commission, foram apresentados exemplos de film commissions brasileiras atuantes, foi descrito o panorama atual da Floripa Film Commission e feitas entrevistas com a prefeitura municipal e trabalhadores do setor audiovisual. Por fim, percebendo que a Floripa Film Commission não possui atuação relevante, foram sugeridas condutas categorizadas por nível de complexidade de implantação para que a instituição tenha êxito em atingir seus objetivos. A pesquisa prévia registra o estado atual da instituição, informação fundamental para pesquisas futuras, onde se poderá saber se medidas foram tomadas e quais suas consequências, o plano de estruturação estabelecido serve como modelo também para outras film commissions parecidas, colaborando com o estabelecimento dessas instituições em outras localidades, fortalecendo assim o audiovisual, e por consequência, o turismo brasileiro.

Palavras-chaves: Turismo; Cinema; Film Commission; Florianópolis.

INTRODUÇÃO

Muito antes do cinema como é conhecido atualmente, a arte de criar narrativas através de jogos de luz e sombras já encantava a humanidade, seja no Teatro de Sombras da China, ou com a câmara escuro no renascimento. Essa nova técnica de contação de histórias foi sendo aprimorada até a exibição do primeiro filme pelos irmãos Lumière em 1890, e, desde então, o mágico dom de transformar imagens estáticas em cenas de movimento deslumbra pessoas de todo o mundo.

O fato de uma determinada cidade, ou apenas parte dela, aparecer em um filme, por exemplo, pode ser o suficiente para despertar em algumas pessoas o desejo de visitá-la e conhecer os cenários que foram palco para suas cenas. Nesse sentido, “o cinema é visto por alguns como uma fonte bastante importante e inesgotável de divulgação de destinos turísticos, assim como um dos principais meios para criação de novos destinos” (SOUZA e SILVA, 2016, p. 2).

Com a crescente demanda por esse tipo de turismo, empresas, governos e pesquisadores começaram a tentar entender esse fenômeno e quais suas causas e consequências. Destaca-se que existe uma definição para os turistas que viajam para

¹Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Santa Catarina, email: 1bialacerda1@gmail.com

² Doutora em Geografia, Mestre em Turismo e Hotelaria, Licenciada em Geografia. Professora no Instituto Federal de Santa Catarina. Email: fabianac@ifsc.edu.br

os locais que servem como pano de fundo de filmes – são os chamados de *Set-Jettters* (HAYATA e MADRIL, 2009).

Em alguns lugares do mundo o crescimento dos turistas cinematográficos já é visível e estruturas foram criadas para recebê-los. Por exemplo, na Nova Zelândia, onde foram filmados os filmes da trilogia O Senhor dos Aneis, já é possível perceber suas influências ao sair do aeroporto de Wellington, onde os turistas se deparam com uma figura enorme de um dos personagens da franquia, o Gollum. Em Londres, por sua vez, é possível ir na estação King 's Cross e bater uma foto na plataforma 9 $\frac{3}{4}$, plataforma fictícia citada na saga de filmes Harry Potter.

Além disso, em Londres também é possível citar produtos turísticos formatados para visitar as locações dos filmes, a exemplo dos *walking tours* temáticos, como o já citado Harry Potter, além de outros como, Um lugar chamado Notting Hill, onde o principal atrativo é a famosa “porta azul”, além das casinhas de fachada coloridas características do filme.

Dessa conexão entre o cinema e o turismo surgiram as Film Commissions, órgãos especializados em promover locações cinematográficas ao mesmo tempo que auxilia os produtores com questões burocráticas e colaboram com o desenvolvimento turístico local. A origem das Film Commissions não é muito precisa, os primeiros registros de uma organização desse tipo são de 1949 em Utah, nos Estados Unidos, quando grandes estúdios precisavam de uma ponte com as autoridades locais para obterem suporte às produções e desburocratização frente aos trâmites necessários para filmar, foi dessa movimentação que surgiu o Moab Movie Committee (NICOSIA, 2015).

A escolha do tema se deu pelo fato de Turismo Cinematográfico ser um tópico que apenas recentemente passou a ser considerado relevante no meio turístico, sendo visto a partir da década de 1990 com *Movies as tourism promotion: A “pull” factor in a “push” destination* de Riley e Van Doren (1992, apud CORDEIRO, KOROSSY, PAES, 2020), *Cinematographic images of a city* de Schofield (1996, apud CORDEIRO, KOROSSY, PAES, 2020) e *Movie induced tourism* de Riley, Baker e Van Doren (1998, apud CORDEIRO, KOROSSY, PAES, 2020), por exemplo, a isso soma-se o fato de que quando se trata do cenário brasileiro, a pesquisa é ainda mais escassa.

Além disso, o cinema é uma poderosa ferramenta de marketing já que atinge um público alvo maior e por mais tempo do que uma campanha publicitária, podendo

promover um destino por anos e não somente durante um período estipulado (TAVARES, ARAÚJO e WHEBBER, 2019). E ainda, filmes e séries também servem como uma "prévia" do que será encontrado no destino, já criando nos turistas uma expectativa do que será visto caso ele decida visitar aquele lugar.

Por último, é importante ressaltar que Florianópolis é muito diversa, e vai muito além de suas praias, dispondo de cenários que vão desde edifícios históricos a construções modernas que podem ser utilizadas como cenário para as mais diversas produções, sendo necessária apenas uma instituição, film commission, que seja a conexão entre produtores, locações e poder público.

A cidade já foi cenário de algumas produções, tanto cinematográficas quanto publicitárias, uma das mais comentadas no âmbito nacional foi o comercial da Volkswagen de 2023, nele Maria Rita e sua mãe, Elis Regina, aparecem dirigindo veículos da fabricante e, durante um trecho da publicidade, a Ponte Hercílio Luz e o Morro da Cruz são exibidos (DANIMELLER, 2023).

Deste modo, o artigo tem como objetivo geral sugerir ações a serem implementadas pela Floripa Film Commission para fortalecer o turismo da cidade de Florianópolis. Para isso foram estabelecidos alguns objetivos específicos sendo eles: Definir film commissions e como elas atuam; Descrever as ações de algumas film commission do Brasil; Descrever a atuação da Floripa Film Commission; Elencar práticas realizadas por outras film commission que podem ser implementadas por Florianópolis.

REFERENCIAL TEÓRICO

A aparição de lugares, que podem ser desconhecidos do público, em grandes obras cinematográficas pode induzir viagens para os locais onde elas foram filmadas (RILEY, BAKER & VAN DOREN, 1998, apud CORDEIRO, KOROSSY, PAES, 2020), assim surge o Turismo Cinematográfico, quando pessoas vão a um determinado local induzidos por um filme, série ou outras produções audiovisuais, procurando ver pessoalmente cenários e viver experiências parecidas com o que foi assistido nas telas.

Os turistas cinematográficos podem ser classificados de acordo com a sua conexão com as produções e seu comprometimento em visitar locações. Macionis (2004) os separa em três níveis: o turista de cinema casual (aqueles que por acaso estão em um destino retratado em um filme), o turista induzido pelo filme em geral

(aqueles que participam de atividades de turismo cinematográfico, mas sem terem sido atraídos especificamente por isso) e o turista induzido pelo filme especificamente (aqueles que procuram ativamente lugares que viram no filme). Esses últimos, também são conhecidos como set-jettters (HAYATA e MADRIL, 2009), vem crescendo a cada ano e passaram a ser objeto de estudo de pesquisadores que buscam entender suas motivações e expectativas.

Filmes e séries tem o poder de colocar em evidência lugares que normalmente não eram pensados como destinos turísticos, podendo ser utilizados para divulgação (SOUZA e SILVA, 2016). Dessa forma é interessante que governos municipais, estaduais e até mesmo o governo federal invistam em estratégias de divulgação de lugares que potencialmente podem servir como locações e também em infraestrutura para que eles consigam abrigar as filmagens e posteriormente os turistas atraídos por elas.

É dentro desse contexto que surgem as Film Commissions, que “são organizações, normalmente estatais ou paraestatais, geridas por governos nacionais, regionais ou locais que incentivam produções audiovisuais” (PEREIRA, 2019. p. 68). As principais atividades realizadas são o gerenciamento da aprovação de autorizações de filmagens, prestação de assistência técnica e apoio logístico e a promoção do destino visando a atração de filmagens.

Todo o esforço das film commissions é para transformar o destino em “*film friendly*”, ou seja, atrativo e preparado para receber produções de acordo com as necessidades do setor (CELLI, 2022). Cada film commission tem a liberdade de planejar suas ações para se tornar mais competitiva, incluindo incentivos financeiros e parcerias com estabelecimentos locais.

Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina, é amplamente conhecida por suas belezas naturais, tanto praias como trilhas e lagoas, são esses os atrativos que motivam viajantes de diversos lugares do Brasil e do mundo a conhecerem a Ilha da Magia durante a temporada de verão (GUIA FLORIPA, s.d.). Há também atrações históricas e culturais, concentradas principalmente no centro da cidade e opções para o turismo gastronômico, sendo, inclusive, Florianópolis considerada Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO desde dezembro de 2014 (FLORIPAMANHÃ, s.d.).

Além disso, a cidade também investe no turismo de eventos, entre técnico-científicos, shows e feiras, um deles é o FAM, Florianópolis Audiovisual Mercosul, festival de cinema que acontece anualmente desde 1997 e tem como objetivo, além

de exibir e premiar filmes, promover a parcerias entre produtores cineastas e empresários nos âmbitos nacional e internacional (FAM, s.d. a). Nas edições mais recentes do festival passaram a acontecer palestras, oficinas e debates entre o trade (FAM, s.d. b) aproximando ainda mais os trabalhadores e empresas do setor e demonstrando que Florianópolis é um polo da indústria audiovisual e pode abranger outras esferas, como a filmagem e produção de obras cinematográficas e publicitárias.

METODOLOGIA

O artigo se baseou em uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa realizada entre os anos de 2022 e 2024 em que primeiro foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, artigos e monografias para que fossem levantados conceitos e informações que ajudem a definir Film Commissions e como elas funcionam.

Em seguida, foi feita uma pesquisa na Internet em websites de três Film Commissions do Brasil, a escolha foi feita a partir de dois critérios: primeiro foram selecionadas as duas film commissions com atuação mais abrangente no Brasil, SP Film Commission e Rio Film Commission, a terceira, POA Film Commission, foi escolhida pela semelhança da cidade com Florianópolis. Também foi feita uma pesquisa na internet e tentativas de entrevistas com a Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte de Florianópolis e com funcionários de produtoras cinematográficas com o propósito de ter uma visão interna de como a Floripa Film Commission funciona de fato e se a sua presença faz alguma diferença no cotidiano do setor audiovisual da cidade.

Por último, foram selecionadas práticas realizadas pelas film commissions levantadas anteriormente que podem ser implementadas por Florianópolis, foram escolhidas aquelas que são mais possíveis de serem postas em prática de acordo com a realidade de Florianópolis. Essas ações foram classificadas em “mais simples”, “mediana” e “mais complexa”, levando em consideração a quantidade de recursos humanos e financeiros necessários para cada uma delas ser realizada.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

São Paulo Film Commission

A São Paulo Film Commission, atuante na capital paulista, foi criada em 2016 a partir do Decreto Municipal nº 56.905/16 e faz parte de uma rede maior de apoio ao

audiovisual, a Spcine, uma empresa do município de São Paulo criada em 2014 e subdivida em duas diretorias e duas gerências trazendo um maior apoio ao setor na região. A SPFilm é responsável pelo recebimento e processamento dos pedidos de filmagem na cidade, todo esse processo é feito por meio de um sistema unificado visando simplificar e agilizar a liberação das autorizações. Além disso, também oferece suporte e assistência para as produções, buscando transformar São Paulo em um estúdio a céu aberto para a atração de filmagens brasileiras e internacionais (SPCINE, 2023).

Para facilitar a divulgação de informações sobre os procedimentos de gravação, foram criados materiais instrutivos com instruções de como solicitar a autorização de filmagem, a documentação necessária, como realizar as filmagens de acordo com tipo de locação, valores e programas de incentivo, também foram feitos catálogos tanto de locações como de profissionais e serviços, centralizando as informações em um único lugar.

A cada três meses a São Paulo Film Commission se reúne com representantes do audiovisual para expor suas ações e para ouvir as necessidades do setor e, a partir de 2022, também passaram a acontecer visitas em sedes de produtoras da capital como forma de se aproximar ainda mais dos trabalhadores da categoria. Para divulgar a cidade e estabelecer uma conexão com outras film commissions, a SPFilm participa de feiras e eventos nacionais e internacionais, potencializando o audiovisual paulistano e promovendo a abertura do mercado a investimentos (SPCINE, 2023).

Dentre as políticas de incentivo financeiro, a com maior sucesso foi o *cash rebate*, esse programa permite um reembolso de até 30% dos gastos nas produções elegíveis pelo edital e tem como contrapartida um maior investimento privado no setor, o que gera mais empregos e estimula o turismo cinematográfico. No ano de 2022 foi investido um total de R\$ 40 milhões em *cash rebate*, gerando R\$ 180 milhões em gastos na cidade de São Paulo, também estima-se que foram gerados mais de 56 mil empregos diretos e indiretos (SPCINE, 2023).

Rio Film Commission

Responsável pelo gerenciamento de produções na capital fluminense, a Rio Film Commission foi criada a partir do decreto municipal nº 49.283 de 17 de agosto de 2021, seus principais objetivos são o atendimento eficiente aos produtores e a divulgação do Rio de Janeiro como destino preparado para receber filmagens. Assim

como em São Paulo, os pedidos de autorização são padronizados e feitos diretamente pelo site da Film Commission, o que agiliza e desburocratiza o processo.

Em seu site é possível encontrar um catálogo de locações, com diversas informações sobre os lugares divulgados, incluindo fotos e faixa de preço, e também um catálogo de prestadores de serviços, com um breve resumo da empresa e contatos. Além disso, foi produzido um guia descrevendo o passo a passo de como filmar na cidade, descrição de possíveis cobranças, detalhamento das legislações relacionadas com filmagens em espaços públicos e informações para empresas estrangeiras que desejam filmar no Brasil.

Como incentivo financeiro, a Rio Film Commission adotou, assim como São Paulo, o programa de *cash rebate*, em que parte das despesas elegíveis ficam disponíveis para reembolso das produtoras ao final da gravação. O edital de 2024 do programa teve um orçamento total de R\$ 12.000.000,00 e previa três linhas de ação conforme a tabela 01.

Tabela 01: Categorização das Linhas de Ação

LINHA DE AÇÃO	NÚMERO DE PROPOSTAS CONTEMPLADAS	APOIO MÁXIMO POR PROPOSTA	DESPESAS ELEGÍVEIS MÍNIMAS
Produção de Obra Audiovisual de Alcance Internacional, com Alto Investimento na Cidade	variável	R\$ 4.000.000,00	R\$ 10.000.000,00
Produção de Obra Audiovisual de Alcance Internacional	variável	R\$ 2.000.000,00	R\$ 4.000.000,00
Produção de Obra Audiovisual de Alcance Nacional, Oriunda de Outros Estados	variável	R\$ 1.000.000,00	R\$ 2.000.000,00

Fonte: Rio de Janeiro, 2024.

A RIOFILME se comprometeu a reembolsar até 30% dos gastos, podendo passar para 35% caso o Rio de Janeiro seja a locação principal, respeitando o valor de apoio máximo por proposta e as despesas elegíveis mínimas. Para se inscrever no edital é necessário que a empresa tenha sede na cidade e esteja em funcionamento regularmente por pelo menos dois anos e pague o valor da taxa de inscrição, que varia de acordo com a linha de ação. O pagamento do reembolso será feito em partes, após comprovação da execução de 80% dos gastos elencados na inscrição, a RIOFILME

autorizará a movimentação de 80% dos recursos disponíveis e, após comprovação da execução de 100% dos gastos, a RIOFILME autorizará a movimentação dos recursos restantes (RIO DE JANEIRO, 2024).

Por último, foi criado o Observatório do Audiovisual Carioca, que é mantido atualizado com os dados do setor, incluindo listagem de produções realizadas e relatório das políticas de fomento desde a criação da Film Commission (RIOFILME, s.d.). Tudo isso é feito para facilitar o acesso a informações e para mostrar que o Rio de Janeiro é uma cidade “film friendly”, ou seja “amiga das filmagens”, estando preparada para receber desde pequenos projetos até grandes produções.

Porto Alegre Film Commission

Criado pelo decreto municipal nº 21.296 de 22 de dezembro de 2021, o Escritório Municipal de Apoio à Produção Audiovisual, também conhecido como Porto Alegre Film Commission, está vinculado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo e tem como objetivos simplificar o processo de filmagem em espaços públicos, bem como prestar assistência logística às produções e planejar estratégias de captação de iniciativas nacionais e internacionais para a cidade.

A Porto Alegre Film Commission é constituída por um Conselho Consultivo, formado por 11 membros entre representantes do poder público e trabalhadores do setor audiovisual e do turismo, e por uma Secretaria Executiva responsável por gerir e coordenar as atividades e funcionários do Escritório, elaborar relatórios e programas de atividades e representar a Porto Alegre Film Commission. Ficou criado também o Fórum de Governança Local, visando o desenvolvimento e fortalecimento da cadeia produtiva (PORTO ALEGRE, 2021).

Para unir e promover ainda mais os setores turístico e audiovisual, a Porto Alegre Film Commission conta com a Rede Film Friendly, reunindo estabelecimentos parceiros, como hotéis e restaurantes, que se comprometem a ter uma política de incentivo a atração das filmagens e recebem, como contrapartida, um aumento na taxa de ocupação, divulgação da empresa e possibilidade de troca de experiência entre os dois segmentos (PORTO ALEGRE FILM COMMISSION, s.d.).

Floripa Film Commission

A Floripa Film Commission foi criada a partir do decreto nº 23.648, de 23 de março de 2022, que determina que ela está vinculada à Secretaria de Turismo,

Tecnologia e Desenvolvimento Econômico de Florianópolis, e tem como objetivo estruturar e promover a cidade como um destino receptivo à filmagens e produções audiovisuais. Ficou estabelecido que a Floripa Film Commission é responsável por: auxiliar o trabalho de produtores brasileiros e estrangeiros; organizar informações sobre a oferta de recursos humanos, técnicos e infraestrutura dos setores audiovisual e turístico; divulgar cenários do município; promover comercialmente as locações no Brasil e no exterior; fomentar ações que promovam Florianópolis com destino cinematográfico e que possam atrair produtores para conhecer as potencialidades da cidade; incentivar o desenvolvimento de uma cadeia de fornecimento de materiais e serviços, dentre outras atividades necessárias para atingir o objetivo (FLORIANÓPOLIS, 2022).

A gestão ficou a cargo de um Conselho Gestor de caráter consultivo e também vinculado à Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico formado por dezoito representantes de instituições públicas e privadas. É de sua competência: ponderar sobre questões relativas à Floripa Film Commission; estabelecer relações com outros órgãos e instituições; definir estratégias e planejar ações visando cumprir os objetivos da Floripa Film Commission; supervisionar e examinar os relatórios de execução, garantindo sua eficaz realização; elaborar o Regimento Interno do Conselho Gestor (FLORIANÓPOLIS, 2022).

Em uma tentativa de obter informações a respeito das ações tomadas pela Floripa Film Commission, bem como planos futuros da instituição e possíveis empecilhos encontrados para sua plena atuação, foi enviado um email para a subsecretaria de turismo de Florianópolis com esses questionamentos, entretanto, sem resposta. Por outro lado, em contato com profissionais do audiovisual de Florianópolis, o retorno foi que as possíveis ações tomadas pela Floripa Film Commission não são impactantes em suas atividades cotidianas.

Os principais pontos mencionados foram que não há um contato muito próximo entre a film commission e as produtoras de Florianópolis, havendo necessidade de integração também com outras instituições, como o SEBRAE e o FloripAmanhã, para que a cadeia produtiva se fortaleça, possibilitando não só que filmagens sejam atraídas para a cidade, mas que produções locais possam ser divulgadas. Outro tópico discutido foi que a presença de uma film commission bem estruturada e atuante beneficiaria as empresas do audiovisual de Florianópolis, o turismo local e, por consequência, a população, com a maior movimentação da economia da cidade.

A atuação da Floripa Film Commission ainda é tímida se comparada às mencionadas anteriormente, isso pode ser explicado devido a sua criação mais recente e também ao fato de que, atualmente, não há uma governança própria clara, ficando a mercê da Secretaria Municipal de Turismo, Lazer e Esportes, que muitas vezes tem outros destinos prioritários para seus recursos humanos e financeiros. Outra questão é a carência de fontes para obtenção de dados, ela não possui website próprio ou um espaço nos canais oficiais da prefeitura de Florianópolis, o que dificulta o acesso a informações relativas a sua atuação tanto por parte de empresas locais quanto de produções que estão considerando filmar na cidade.

Sugestões de Ações de Implementação

Levando em conta a situação atual da Floripa Film Commission, seus objetivos e as ações tomadas por outras film commissions já atuantes no Brasil, foram feitas sugestões de implementação tendo em vista que a instituição é recente e ainda não conseguiu se estabelecer. As ações foram divididas em “mais simples”, “mediana” e “mais complexa” considerando o tempo e a quantidade de recursos humanos e financeiros necessários para cada uma delas ser realizada.

Em primeiro lugar, é válido ressaltar que, para que a Floripa Film Commission consiga atingir seus objetivos e se consolidar, é preciso que o Conselho Gestor previsto no decreto que estabeleceu sua criação seja composto e atuante. Também é essencial que haja um site próprio ou portal no site da prefeitura que reúna as informações relativas à instituição e que seja um canal de fácil comunicação entre os interessados.

Isso posto, as ações classificadas como “mais simples” envolvem a centralização de informações e, por isso, exigem baixo investimento financeiro e humano.

Tabela 02: Ações classificadas como “mais simples”

AÇÕES MAIS SIMPLES		
AÇÃO	RECURSOS	OBJETIVOS
Catálogo de locação	Humanos: criação da página de locações e do formulário para cadastro	Facilidade em encontrar lugares para filmar e entender as condições de utilização

Centralização das solicitações de autorização de filmagens	Humanos: criação da página de autorizações e do formulário para solicitações	Análises mais rápidas das solicitações e menor chance de erro
Guia de filmagens	Humanos: esforço de sintetizar e reunir as regras para a realização de filmagens	Exposição clara do que será avaliado durante as análises de solicitação
Relatório de produções	Humanos: reunir as informações mais relevantes de cada produção	Centralizar informações para eventuais consultas futuras

Fonte: elaboração própria

A primeira ação é a criação de um catálogo de locações da cidade semelhante ao que foi construído pela Rio Film Commission, esse catálogo funciona como um portfólio para quem vem de fora e deseja entender quais locais estão abertos a receber filmagens, o que eles têm a oferecer e quais as condições para a utilização, o cadastro é feito pelos responsáveis pelo espaço no próprio portal da Floripa Film Commission informando endereço, regras de utilização, preço estimado para locação, fotos e outras informações consideradas relevantes.

Outra ação que facilita o processo de gravação é a centralização das solicitações de autorização de filmagem, procedimento realizado por todas as film commissions apresentadas anteriormente, que também deve ser feita através do portal oficial da Floripa Film Commission, para que as solicitações sejam analisadas de forma mais rápida e para minimizar as chances de erros, é interessante que ela seja feita por meio de um formulário objetivo onde cada tópico é preenchido com informações pontuais sobre a obra e sobre as necessidades da filmagem.

Junto a isso, a elaboração de um guia de filmagens, como fez a Spcine, abrangendo todas as regras e requisitos para que uma produção possa ser feita em Florianópolis é fundamental a fim de que seja de conhecimento geral o que será avaliado durante as análises de solicitação. Ele deve incluir a legislação vigente, regras para cada tipo de locação e tamanho de filmagens, documentos necessários, prazos, regras para alterações e adiamentos, possíveis preços/taxas a serem cobrados e meios de pagamento.

A quarta ação é a criação de um relatório de produções, contendo informações listadas do tipo de obra, produtora, data de filmagem, número de diárias e local onde as cenas foram gravadas. Esses dados devem estar disponíveis para consulta

pública, também no portal da Floripa Film Commission, tanto para uso interno da prefeitura, visando entender a demanda e planejar melhorias, quanto para conhecimento de produtoras sobre como e quando a cidade está sendo utilizada e também estudos posteriores com finalidade de entender o funcionamento da film commission e seus impactos na cidade.

Na categoria de “mediana” as ações envolvem, além de recursos da prefeitura, colaboração de outras instituições dos setores turísticos e audiovisual.

Tabela 03: Ações classificadas como “medianas”

AÇÕES MEDIANAS		
AÇÃO	RECURSOS	OBJETIVOS
Rede Film Friendly	Humanos: esforço de reunir e divulgar a rede (público) e cadastro dos estabelecimentos (privado)	Ajuda mútua entre empresas do ramo turístico e audiovisual
Diálogo com setor audiovisual	Humanos: abertura para diálogo (público) interesse em participar dos debates (privado)	Enriquecimento das discussões e novas perspectivas para o setor

Fonte: elaboração própria

A primeira é a estabelecer uma rede film friendly, ou seja, uma parceria entre a Floripa Film Commission e estabelecimentos do setor turístico dispostos a serem apoio às filmagens, parecido com o que acontece em Porto Alegre. O objetivo é que hotéis, restaurantes e empresas de receptivo tenham flexibilidade de tarifas e reservas para atender os trabalhadores que vêm a Florianópolis participar das produções, ao mesmo tempo que conseguem ter demanda em períodos de baixa temporada e atrair um novo tipo de público ao seu negócio.

Outro ponto a ser levado em consideração é o diálogo entre a prefeitura do município, membros do trade turístico e do trade audiovisual, essa união está prevista no edital que estabeleceu a Film Commission quando descreve os integrantes do Conselho Gestor, mas que pode ser expandida para trocas além do institucional. O edital prevê uma quantidade específica de representantes por categoria e pode acabar restringindo a participação de alguns interessados, dessa forma, designar um canal para o recebimento de reclamações e sugestões, bem como encontros periódicos que

reúna Floripa Film Commission, representantes do turismo e do audiovisual além dos do Conselho Gestor e instituições de ensino desses dois setores enriquece as discussões e traz novas perspectivas para o progresso da indústria audiovisual e turística de Florianópolis.

Na categoria “mais complexa” foram sugeridas ações que demandam recursos humanos mais expressivos, além de financeiros.

Tabela 04: Ações classificadas como “mais complexas”

AÇÕES MAIS COMPLEXAS		
AÇÃO	RECURSOS	OBJETIVOS
Cash Rebate	Humanos: esforço de elaborar e divulgar o edital Financeiros: repasse de verba	Incentivo financeiro para atrair produções
Observatório audiovisual	Humanos: mobilização para coleta de dados pela film commission Financeiros: contratação de pessoal dedicado ao observatório	Reunir dados e transformá-los em informação

Fonte: elaboração própria

A primeira proposta é a implementação de um incentivo financeiro como o cash rebate, que já é utilizado pela Rio Film Commission e pela São Paulo Film Commission e demonstra ter resultados positivos para as duas cidades, em São Paulo, por exemplo, os gastos na cidade foram cerca de 4,5 vezes maiores do que o valor investido no programa (SPCINE, 2023). Esse tipo de incentivo demanda maior cautela, por se tratar de um edital envolvendo dinheiro público, e por isso deve exigir regras claras, também havendo necessidade de repasse de verba por parte da prefeitura.

Por último, com todas as informações obtidos a partir do funcionamento da Floripa Film Commission, convém a criação de um observatório para o setor audiovisual, onde os dados brutos serão transformados em relatórios periódicos onde será possível acompanhar o desenvolvimento das ações, a quantidade, tipo de filmagens e o período em que elas ocorrem, além de medir o impacto que o turismo

cinematográfico tem em Florianópolis. Tudo isso auxilia na tomada de decisões por parte do poder público, facilita a investigação científica sobre o tema e contribui na atração de produções para a cidade a partir do momento que ela se demonstra preparada e interessada em ser cenário de produções audiovisuais.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A criação de um plano estratégico prático, baseado em ações tomadas por instituições com objetivos semelhantes, possibilita que a Floripa Film Commission consiga se estruturar conforme o previsto e se tornar atuante na cidade. A listagem e classificação do que deve ser feito ajuda a clarificar de forma prática os passos a serem seguidos, bem como os recursos necessários para que a film commission tome forma.

Além disso, registra o panorama atual dessa instituição e serve como um ponto de início para estudos futuros, onde será possível ver se houve ou não interesse público em pôr em prática as ações previstas para a Floripa Film Commission e como isso impactou o setor. Também funciona como um modelo para pesquisas para outras film commissions iniciantes que estão buscando formas de se consolidar, contribuindo para o fortalecimento do setor audiovisual brasileiro e, por consequência, do turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos dados apresentados, é possível perceber que ter uma film commission contribui para a diversificação dos segmentos turísticos de uma cidade. O fato de cidades como São Paulo e Rio de Janeiro terem essa instituição atuando de forma concreta e estarem aptas a receber produções, possibilita um maior movimento na economia de cada localidade e beneficia toda a população a médio e longo prazo, inclusive de quem não trabalha diretamente com turismo e produção audiovisual.

Entretanto, para ter uma film commission atuante e consistente é necessário que essas instituições sejam tratadas com a devida seriedade, e não ser apenas um plano no papel, como é o caso da Floripa Film Commission, que atualmente não é uma prioridade da prefeitura. A partir da conversa com trabalhadores do setor audiovisual, é possível perceber que o interesse em atrair produções não é somente por parte da indústria turística. O crescimento desse segmento auxilia no crescimento da indústria audiovisual de Florianópolis, permitindo que produções de outras localidades sejam filmadas na cidade, divulgando o destino, e que as produções locais

sejam difundidas no âmbito nacional e internacional, uma vez que os profissionais da área estarão mais capacitados e mais experientes.

Dessa forma, se espelhar em casos de sucesso, procurando compreender o que foi feito para que se obtivessem bons resultados, é uma forma de reunir artifícios a fim de atingir suas próprias metas. Por isso, ter como referências as film commissions de São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre ajuda a elencar quais ações podem ser adotadas pela Floripa Film Commission para que seu objetivo de estruturar e promover a cidade como um destino receptivo à filmagens e produções audiovisuais seja alcançado, sempre analisando quais práticas foram adotadas e como adaptá-las à sua realidade.

Ter um plano de ações detalhado e pensado cuidadosamente faz com que o caminho para o êxito seja mais claro e preciso. Assim, é de suma importância que o poder público municipal coloque em prática aquilo que já foi definido no edital que trouxe a Floripa Film Commission como peça chave no desenvolvimento do turismo de Florianópolis, bem como considere adotar não só as condutas sugeridas por este artigo, mas também estar aberto ao diálogo com profissionais das indústrias turística e cinematográfica e com a população em geral, já que as consequências de ter Florianópolis como estúdio a céu aberto serão sentidas por todos.

REFERÊNCIAS

CELLI, Daniel. **Roteiro Para a Implementação de Film Commissions**. Brasília: [s. n.], junho, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/junho/arquivo/roteiro-film-commission_23_06_2022.pdf. Acesso em: 15 out. 2024.

CORDEIRO, I. J. D.; KOROSSY, N.; PAES, R. G. S. Estado da arte sobre turismo e cinema no Brasil: uma revisão integrativa da literatura. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, 10(1), 109-140, outubro de 2020. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/17212/pdf>. Acesso em: 29 abr. 2022.

DANIMELLER. **Ponte Hercílio Luz surge em comercial com Maria Rita e Elis Regina**. Julho, 2023. Disponível em: <https://danimeller.com/2023/07/04/ponte->

hercilio-luz-surge-em-comercial-com-maria-rita-e-elis-regina/. Acesso em: 07 fev. 2025.

FAM. **Histórico: 1997**. Florianópolis, s. d. a. Disponível em:
<https://www.famdetodos.com.br/historico/1997>. Acesso em: 15 out. 2024.

FAM. **Histórico: 2022**. Florianópolis, s. d. b. Disponível em:
<https://www.famdetodos.com.br/historico/2022>. Acesso em: 15 out. 2024.

FLORIPAMANHÃ. **Florianópolis: Cidade Unesco da Gastronomia / Unesco City of Gastronomy**. Florianópolis, s. d.. Disponível em:
<https://floripamanha.org/prioridades-floripamanha/florianopolis-cidade-unesco-da-gastronomia-unesco-city-of-gastronomy/>. Acesso em: 15 out. 2024.

GUIA FLORIPA. **Turismo em Florianópolis**. Florianópolis, s. d.. Disponível em:
<https://guiafloripa.com.br/turismo>. Acesso em: 15 out. 2024.

HAYATA, K. S.; MADRIL, M. L. **Turismo cinematográfico: um novo segmento para o desenvolvimento turístico**. Monografia de Graduação. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil. 2009. Disponível em:
<https://docplayer.com.br/1906764-Turismo-cinematografico-um-novo-segmento-para-o-desenvolvimento-turistico.html>. Acesso em: 01 maio 2022.

MACIONIS, N. Understanding the Film-Induced Tourist. **Proceedings of the International Tourism and Media Conference**, Melbourne, 86–97. 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228790015_Understanding_the_film-induced_tourist. Acesso em: 01 maio 2022.

Nicosia, E. The Marche Film Commission: a Tool for Promoting Territorial Development and Regional Tourism. **Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development**, 2015. Disponível em:
<https://almatourism.unibo.it/article/view/4959/4728>. Acesso em: 03 fev. 2025.

PEREIRA, T. J. M. **Film commission e promoção turística**. Monografia de graduação. Universidade de Brasília. Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/23843>. Acesso em: 01 maio 2022.

PORTO ALEGRE. **Decreto nº 21.296, de 22 de dezembro de 2021**. Porto Alegre, 22 dez. 2021. Disponível em: https://poafilmcommission.portoalegre.rs.gov.br/sites/default/files/usu_doc/pg-basica/Decreto%2021.296%20-%20Escrit%C3%B3rio%20POA%20FC_compressed.pdf. Acesso em: 16 out. 2024.

PORTO ALEGRE FILM COMMISSION. **Rede Film Friendly**. Porto Alegre, s.d. Disponível em: <https://poafilmcommission.portoalegre.rs.gov.br/rede-film-friendly>. Acesso em: 16 out. 2024.

RILEY, R., BAKER, D.; VAN DOREN, C. S. Movie induced tourism. **Annals of Tourism Research**, 919-935. 1998.

RILEY, R. W.; VAN DOREN, C. S. Movies as tourism promotion: A “pull” factor in a “push” destination. **Tourism Management**, 267–274. 1992.

RIO DE JANEIRO. Edital nº 9. **Edital de Incentivo à Atração de Produções Audiovisuais para o Município do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 1 jul. 2024. Disponível em: https://riofilme.com.br/wp-content/uploads/2024/07/EDITAL_9_CASH-REBATE.docx.pdf. Acesso em: 15 out. 2024.

RIOFILME. **Observatório do Audiovisual Carioca**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://riofilme.com.br/observatorio-do-audiovisual-carioca/>. Acesso em: 16 out. 2024.

SÃO PAULO. **Decreto nº 56.905, de 30 de março de 2016**. São Paulo, 30 mar. 2016. Disponível em: <https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/decreto-56905-de-30-de-marco-de-2016#:~:text=Prefeitura%20de%20S%C3%A3o%20Paulo,->

Casa%20Civil%20do&text=Atualiza%20os%20protocolos%20sanit%C3%A1rios%20 para,da%20Secretaria%20Municipal%20da%20Fazenda. Acesso em: 16 out. 2024.

SCHOFIELD, P. Cinematographic images of a city. **Tourism Management**, 333-340. 1996.

SOUZA, L. A. V.; SILVA, M. J. V. Cabaceiras-PB Como Destino de Turismo Cinematográfico: Um Estudo Sobre a Interface Entre Turismo e Cinema. **Revista Turismo Estudos e Práticas**, 186-218. 2016. Disponível em: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/118>. Acesso em: 01 maio 2022.

SPCINE. **Impacto Socioeconômico no Audiovisual de 2015 a 2022**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://spcine.com.br/wp-content/uploads/Livreto-Spcine-2022-v5-pg-simples.pdf>. Acesso em: 16 out. 2024.

TAVARES, A. G.; ARAÚJO, V.; WHEBBER, P. Cabaceiras/PB, a Roliúde Nordestina: cinema como impulsionador turístico. **Revista Acadêmica Observatório de inovação do Turismo**. 2019. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/106.pdf>. Acesso em: 15 maio 2022.

THEBAS, I. A origem do cinema. **Instituto de cinema**. Disponível em: <https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/a-origem-do-cinema#:~:text=No%20ano%20de%201895%2C%20os,%C3%A9%20o%20ancestral%20da%20filmadora>. Acesso em: 02 maio 2022.