

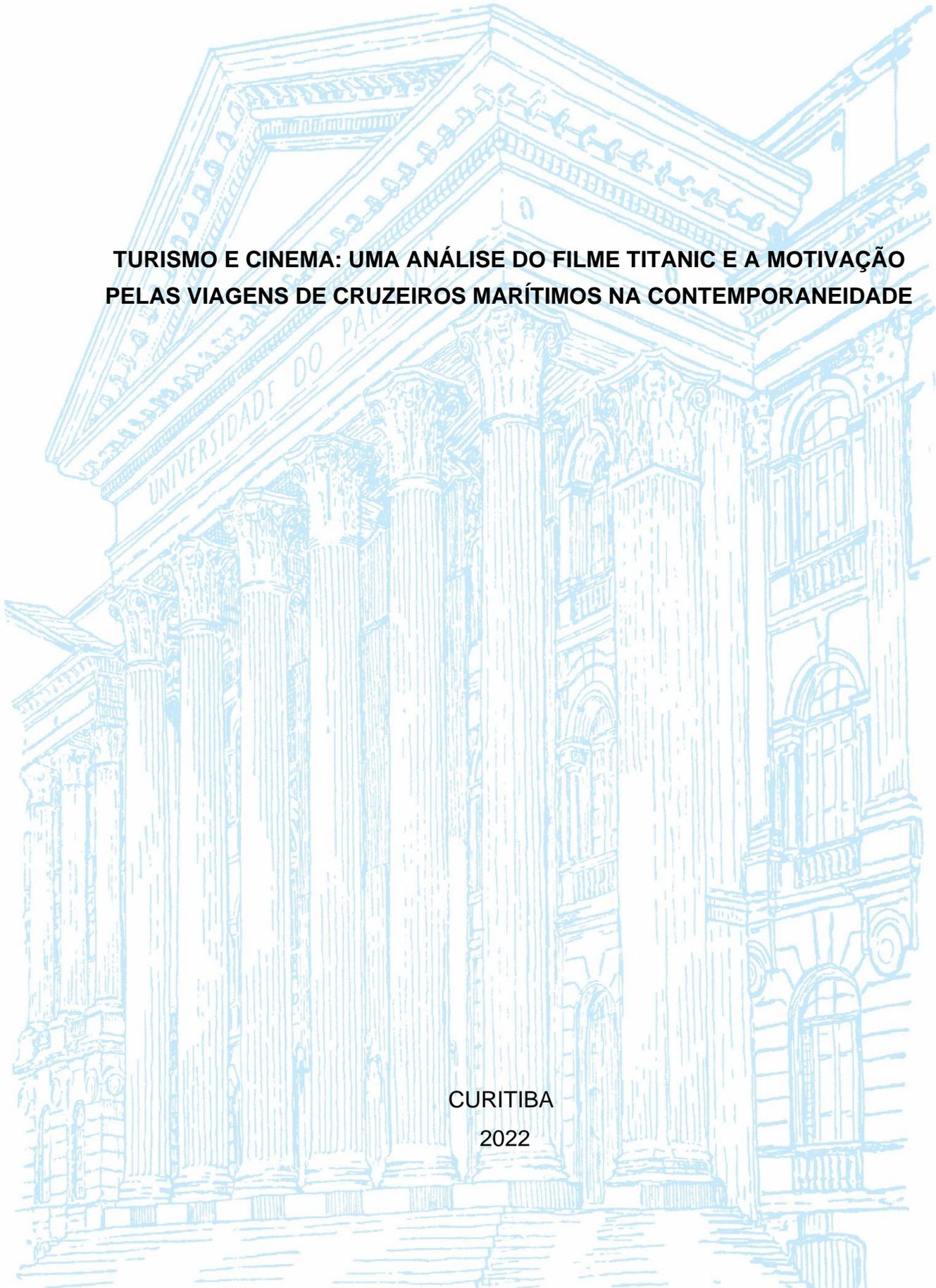
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PALOMA FREDIANI VIEITZ GIL

**TURISMO E CINEMA: UMA ANÁLISE DO FILME TITANIC E A MOTIVAÇÃO  
PELAS VIAGENS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS NA CONTEMPORANEIDADE**

CURITIBA

2022



PALOMA FREDIANI VIEITZ GIL

**TURISMO E CINEMA: UMA ANÁLISE DO FILME TITANIC E A MOTIVAÇÃO  
PELAS VIAGENS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS NA CONTEMPORANEIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina de Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Margarete Araújo Teles

CURITIBA

2022

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente e imensamente à Deus, por sempre guiar meus passos para chegar até aqui. Em especial a minha mãe Neusa pelo apoio incondicional todos esses anos e ao meu pai (in memoriam). A minha avó Maria e aos meus tios Carlos e Fabiana por estarem sempre por perto me ajudando nesta jornada. A minha prima Franciely por dividir comigo todas as alegrias e dificuldades da vida universitária.

A minha orientadora Margarete Araújo Teles, que me ajudou imensamente nesta caminhada, sempre com muita paciência e sempre acreditando em mim. Agradeço também a professora Laura Rinaldi e ao Rafael por fazerem da minha banca e me ajudarem neste processo. Também quero agradecer a Carla e a todo o departamento do curso de Turismo por toda ajuda e apoio nesses anos.

Por fim, agradeço imensamente por todas as amizades incríveis que fiz nesse período, e que levarei para a vida toda, tenho muito orgulho por ter compartilhado esta caminhada com vocês, com a certeza de que será da UFPR para a vida.

*“Todo filme muda o mundo, ainda que seja pouco”.*

**James Cameron**

## RESUMO

Turismo e cinema são fontes de lazer importantes para as pessoas. Assim, o presente trabalho teve como objetivo geral analisar como o filme Titanic de 1997 motiva as pessoas a viajarem em cruzeiros marítimos na contemporaneidade. Foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório com abordagem qualitativa, com uma primeira etapa sendo feita com uma pesquisa de gabinete com base documental e bibliográfica . Em uma segunda etapa foi realizada a coleta de dados obtida por meio de questionários online, que foram tabulados gerando os resultados que contribuíram para a compreensão da temática, tendo como público alvo potenciais turistas e consultores de viagens, que responderam às perguntas por meio da rede social *Facebook* , do aplicativo de mensagens *WhatsApp* e por *e-mails*. Através dos resultados obtidos foi possível elucidar questões sobre as motivações que levam um indivíduo a viajar nos dias atuais, principalmente em um cruzeiro marítimo. Com isso foi possível chegar a uma proposta de projeto, uma estratégia de marketing de divulgação de um roteiro, por meio de um aplicativo e de folders, que tem como principal finalidade apresentar o legado do Titanic, tanto para os atuais consultores de viagens quanto para os futuros turistas que apreciam cruzeiros marítimos, e motivá-los a conhecer a cidade de Belfast, e a redescobrir o Titanic em um roteiro inspirado pelo navio e pelo cinema.

Palavras – chave: Titanic; turismo; cinema; contemporaneidade.

## ABSTRACT

Tourism and movies are important sources of leisure for people. Therefore, the present work aimed to analyze how the 1997 movie Titanic motivates people to travel on sea cruises in contemporary times. An exploratory research with a qualitative approach was performed, with a first step done with a desk research based on documents and literature. Data collection was made in a second step, obtained through online questionnaires, which were tabulated, generating the results that contributed to the understanding of the theme. The target audience was potential tourists and travel consultants, who responded to questions through *Facebook*, *WhatsApp* and *e-mails*. With the results obtained, it was possible to elucidate questions about the motivations that lead an individual to travel nowadays, especially on a maritime cruise. With this, it was possible to arrive at a project proposal, a marketing strategy to publicize a roadmap, through an application and folders. Its main purpose is to present the legacy of the Titanic, both to current travel consultants and to future cruisers, and motivate them to discover the city of Belfast, UK, rediscovering the Titanic in a script inspired by the ship and the movies.

Keywords: Titanic; tourism; movies; contemporaneity.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – QUADRO DE SEGMENTOS TURÍSTICOS SEGUNDO O MTUR.....	13
FIGURA 2 - CHARLES CHAPLIN.....	15
FIGURA 3 - NAVIO AUGUSTA VITÓRIA.....	21
FIGURA 4 - SALÃO DE REFEIÇÕES DO NAVIO AUGUSTA VITÓRIA.....	21
FIGURA 5 - NAVIO QUAKER CITY.....	22
FIGURA 6 -NAVIO DE CRUZEIRO CONTEMPORÂNEO.....	24
FIGURA 7 - FOTO DO VERDADEIRO TITANIC.....	25
FIGURA 8 - RMS OLYMPIC E RMS TITANIC.....	26
FIGURA 9 - CENA DO FILME SOMENTE DEUS POR TESTEMUNHA - 1958.....	28
FIGURA 10 - CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO FILME TITANIC – 1997.....	29
FIGURA 11–TELEFILME TITANIC DE 1996.....	31
FIGURA 12 - PINTURA DE KEN MARSHALL RETRATANDO O TITANIC.....	32
FIGURA 13 - CAPA DO CD DA TRILHA SONORA DO FILME TITANIC.....	35
FIGURA 14 - O DIAMANTE “CORÇÃO DO OCEANO” EM CENA DE TITANIC....	35
FIGURA 15 - MUSEU DO TITANIC - BELFAST.....	37
FIGURA 16 – INTERIOR DO MUSEU DO TITANIC.....	37
FIGURA 17 – HOTEL DO TITANIC EM BELAST.....	38
FIGURA 18 – RESORT TITANIC BEACH LARA NA TURQUIA.....	39
FIGURA 19 - RÉPLICA EM CONSTRUÇÃO EM PARQUE NA CHINA.....	39

FIGURA 20 – IMAGEM ILUSTRATIVA DO TITANIC II.....	40
FIGURA 21 – MAPA DO REINO UNIDO E REPÚBLICA DA IRLANDA.....	65
FIGURA 22 – ITINERÁRIO DE CRUZEIRO DA OPERADORA X PELO REINO UNIDO.....	66
FIGURA 23 – ATRATIVOS DO ROTEIRO – TITANIC BELFAST MUSEUM.....	66
FIGURA 24 – GRAND OPERA HOUSE.....	67
FIGURA 25 – QUEENS UNIVERSITY AND BOTANIC GARDENS.....	67
FIGURA 26 – MARBLE STATUE TITANIC MEMORIAL.....	68
FIGURA 27 – MAPA DO ROTEIRO POR BELFAST.....	68
FIGURA 28 - PROTÓTIPO DO APLICATIVO – LAYOUT.....	69
FIGURA 29 – PROTÓTIPO DO APLICATIVO – DESCRIÇÃO.....	69
FIGURA 30 – PROTÓTIPO DO APLICATIVO – MAPA INTERATIVO.....	70
FIGURA 31 – PROTÓTIPO DO APLICATIVO – MUSEU DO TITANIC NO APP.....	70
FIGURA 32 – PROTÓTIPO FOLDER/BANNER.....	71

## LISTA DE TABELAS

QUADRO 1 – IMPACTOS EM CENÁRIOS UTILIZADOS EM FILMES.....	14
QUADRO 2 – LISTA DE FILMES COM TEMÁTICA MARÍTIMA.....	17
QUADRO 3 – PRODUÇÕES ONDE O TITANIC APARECE.....	19
QUADRO 4 – DIMENSÕES DO TITANIC.....	27
QUADRO 5 – SINOPSE DO FILME TITANIC.....	30
QUADRO 6 – LISTA DA FORBES DE MAIORES BILHETERIAS DO CINEMA.....	33
QUADRO 7 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	42
QUADRO 8 - PRODUÇÕES COM TEMAS MARÍTIMOS CITADAS NA PESQUISA.....	52
QUADRO 9 – NUVEM DE PALAVRAS – PRODUÇÕES CITADAS NA PESQUISA.....	53
QUADRO 10 – ÁREA DE FORMAÇÃO DOS OPERADORES.....	57
QUADRO 11 – INFLUÊNCIA DO TITANIC NO SETOR DE CRUZEIROS MARÍTIMOS.....	59
QUADRO 12 – CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDIMENTOS INSPIRADOS NO TITANIC.....	60
QUADRO 13 – INFLUÊNCIA DESSAS NOVAS ESTRUTURAS NO MERCADO DE CRUZEIROS.....	60
QUADRO 14 – ATRATIVOS VISITADOS DURANTE O ROTEIRO.....	65
QUADRO 15 – CRONOGRAMA DE ETAPAS DAS ATIVIDADES.....	72
QUADRO 16 – DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS E MESES TRABALHADOS.....	73



## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – FAIXA ETÁRIA.....	47
GRÁFICO 2 – ESCOLARIDADE.....	48
GRÁFICO 3 – INTERESSE EM VIAGENS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS.....	49
GRÁFICO 4 – MOTIVAÇÃO PARA PARTICIPAR DE UM CRUZEIRO POR MEIO DE FILMES.....	50
GRÁFICO 5 – VIAGEM COM ROTEIRO INSPIRADO EM FILMES.....	51
GRÁFICO 6 – FILMES COM TEMÁTICA MARÍTIMA.....	52
GRÁFICO 7 – RESPONDENTES QUE JÁ ASSISTIRAM O FILME TITANIC DE 1997.....	54
GRÁFICO 8 – MOTIVAÇÃO AO ASSISTIR O FILME TITANIC.....	55
GRÁFICO 9 – INTERESSE EM EMPREENDIMENTOS INSPIRADOS PELO TITANIC.....	56
GRÁFICO 10 – ESCOLARIDADE DOS OPERADORES.....	57
GRÁFICO 11 – EXPERIÊNCIA DOS OPERADORES COM ALGUM PRODUTO REFERENTE AO TITANIC.....	58
GRÁFICO 12 – DIVULGAÇÃO DE ROTEIROS E CRUZEIROS POR MEIO DO FILME TITANIC.....	59

## **LISTA DE ABREVIATURAS E/OU SIGLAS**

ANCINE	-	Agência Nacional do Cinema
CLIA	-	Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos
EMBRATUR	-	Instituto Brasileiro de Turismo
IPHAN	-	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MinC	-	Ministério da Cultura
Mtur	-	Ministério do Turismo
OMT	-	Organização Mundial do Turismo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>06</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>09</b>
2.1 TURISMO E CINEMA.....	09
2.2 CINEMA E TRANSPORTES MARÍTIMOS DE CRUZEIROS.....	16
2.3 TRANSPORTES E CRUZEIROS MARÍTIMOS.....	19
2.4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO: FILME TITANIC 1997.....	24
2.5 MOTIVAÇÕES DO FILME TITANIC PARA AS VIAGENS DE TURISMO CINEMATOGRAFICO.....	38
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>42</b>
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	42
3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	43
3.3 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO E PROCESSO DE AMOSTRAGEM.....	44
3.4 TAMANHO DA AMOSTRA.....	45
3.5 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	45
3.6 TABULAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	46
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>47</b>
4.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS COM OS CONSUMIDORES EM GERAL.....	47
4.2 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS COM OS OPERADORES DE TURISMO.....	56
4.3 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	61
<b>5 PROJETO DE TURISMO.....</b>	<b>63</b>
5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....	63

5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO.....	71
5.2.1 Descrição das Etapas para Execução do Projeto.....	72
5.2.2 Descrição dos Recursos Humanos e Orçamento envolvidos no Projeto.....	72
5.2.3 Avaliação do Retorno do Investimento.....	74
<b>6 CONCLUSÕES FINAIS.....</b>	<b>75</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>77</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>82</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo e seus segmentos estão cada vez mais variados. Desde um simples passeio em sua própria cidade de residência, passando pelo ato da alimentação e chegando até as experiências culturais, este pode ser realizado por meio de diversas atividades. Dentre esses produtos culturais turísticos destaca-se o cinema e seus filmes. Esse turismo, praticado e motivado pelo cinema, tem se tornado mais conhecido nos últimos anos, mesmo se tratando de uma atividade abstrata, como boa parte das artes. Para apreciá-lo faz-se uso de um espaço e da imagem disponível e também uso da sua própria imaginação. Observa-se que isso motiva muitas pessoas a vivenciarem o que se viu na grande tela por meio das viagens turísticas.

Esse tipo de turismo inspirado por obras cinematográficas, costuma motivar viagens a lugares onde essas produções foram realizadas movimentando a atividade turística e a economia. Segundo o Ministério do Turismo (2007), 80% dos que visitam Londres são atraídos por imagens da cidade vistas no cinema e 8 em cada 10 britânicos tiram ideias de filmes para suas viagens. Outro exemplo, ainda de acordo com a cartilha do Mtur, é a Nova Zelândia que viu um aumento de 300% no número de visitantes após o lançamento da trilogia O Senhor dos Anéis.

O cinema é admirado por várias faixas etárias, e encanta gerações ao criar um mundo de sonhos e fantasia (NASCIMENTO,2009). O cinema há muito tempo se tornou parte da vida das pessoas que muitas vezes sonham em conhecer o local que está do outro lado da tela, surge aí o chamado turismo cinematográfico, marco importante que une duas experiências.

Dentre os filmes visto no cinema, o filme Titanic de 1997, dirigido por James Cameron, conseguiu atrair uma grande quantidade de público em uma época em que a internet e as redes sociais ainda estavam engatinhando( ainda não superado em bilheteria por outros filmes).

Diante disso, o problema desta pesquisa é: O filme Titanic de 1997 motiva as pessoas viajarem nos cruzeiros marítimos em tempos contemporâneos? Para responder tal questionamento o objetivo geral deste estudo, é identificar como o Filme Titanic de 1997 motiva as pessoas a viajarem em cruzeiros marítimos na contemporaneidade. Com vistas de desenvolver este objetivo, traça os seguintes os objetivos específicos.

1. Descrever por meio da literatura definições de turismo, relacionar turismo e cinema, transportes de cruzeiros marítimos, cinema e cruzeiros marítimos.
2. Identificar como o cinema utiliza os meios de transportes marítimos como cenários de filmes.
3. Identificar a existência de estruturas de entretenimento construídas inspiradas no Titanic.
4. Verificar com o mercado turístico se existe uma procura por viagens de cruzeiros marítimos incentivada pelos filmes.
5. Discorrer sobre o filme Titanic de 1997 e sua importância para atividade turística tendo em vista propor um projeto de turismo.

O assunto proposto neste trabalho torna-se importante pois ainda são encontrados muitos estudos sobre o tema turismo e cinema principalmente no âmbito acadêmico, tornando a pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, com técnicas de pesquisa bibliográfica e documental muito importante para desenvolvimento desta pesquisa. Além disso, ajuda a elucidar o objeto de pesquisa, o Filme Titanic de 1997.

Assim, os procedimentos metodológicos desta pesquisa estão divididos em algumas etapas: a primeira etapa foi realizada uma pesquisa de gabinete, embasada por uma pesquisa bibliográfica tendo como principal autor Nascimento (2009) com o livro, Cineturismo, pertinente ao tema. Outros autores como Penna (2016) embasam este estudo. Também foi utilizada pesquisa documental por meio de blogs e *sites* como Adoro Cinema, Omelete, Titânicos em Ação e Titanic em Foco.

Em uma segunda etapa de caráter exploratório e abordagem qualitativa foi realizada com uma pesquisa online por meio de questionários online *Google Forms* que após a análise e tabulação dos dados obtidos irão embasar a próxima fase deste trabalho tendo em vista fazer uma proposta de um projeto condizente com o tema deste estudo.

No que se refere a motivação para a realização deste trabalho, além da admiração da autora pelo tema escolhido pois a mesma sempre gostou da história do navio Titanic e posteriormente da produção de 1997 tornando-se um de seus filmes favoritos, trata-se de um assunto interessante que pode proporcionar uma

pesquisa sobre um objeto mais específico e com poucos estudos sobre o mesmo. O que poderia vir a reiterar como a cultura pode estar interligada ao turismo e ao seu desenvolvimento, justificando o tema da pesquisa.

## 2 MARCO TEÓRICO

A revisão bibliográfica a seguir visa fundamentar este estudo para uma maior compreensão da problemática apresentada, discorrendo sobre os temas turismo, cinema, cruzeiros marítimos, o filme Titanic de 1997 e suas influências na contemporaneidade, de forma mais clara por meio dos objetivos específicos.

### 2.1 TURISMO E CINEMA

Por meio do turismo, as artes em geral são valorizadas e de certa forma se complementam, pois os turistas ao visitarem museus e construções históricas mantêm estas estruturas funcionando, por outro lado as estruturas históricas são os objetos de motivação de viagens. Primeiramente, é relevante compreender um pouco mais sobre a atividade turística, e quem as pratica, o turista. Para Ignarra (1999) os viajantes independentes de suas motivações são consumidores de serviços turísticos, já que independente do tempo que permanecerão em uma viagem e seja ela a lazer ou não, há um deslocamento e uma interação com novos indivíduos.

Para a OMT citada no livro Introdução ao Turismo (2001) “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. Ainda de acordo com o livro “o turismo compreende tanto a viagem até o destino como as atividades realizadas durante a estada”.

Quanto ao turista De la Torre (1992) citado por Barreto (2014, não p.) no que se refere a definição adotada pela OMT, este é o “visitante temporário, proveniente de uma país estrangeiro, que permanece no país mais de vinte e quatro horas e menos de três meses, por qualquer razão, exceção feita de trabalho.

A palavra turismo representa sua etimologia que origina-se do verbo “to tour” que significa dar uma volta (BARRETO, 2014). No entanto, ainda Barreto (2014) explica que o termo ganhou outra conotação, “to make a tour”, referindo - se a um passeio de ida e volta com outras características envolvidas como tempo de permanência e motivação.

Independente de definições, fato é que quem viaja por um ou mais dias, busca por novos conhecimentos, sejam eles culturais, gastronômicos, negócios, lazer e outros, é uma busca por novas interações e experiências. De acordo com o Mtur (2010, p.28), "o consumo turístico pode ser definido como a aquisição de bens e serviços com objetivo de satisfazer as necessidades que motivaram a viagem do turista".

Panosso Netto (2010, p. 46) apud Silva e Trenti (2018, p. 182) apresenta que "experiência pode alargar o conhecimento humano, pode modificar de forma positiva o modo de pensar; é um processo intelectual". Para Silva e Trenti (2018, p.182) tal processo acaba "relacionando, dessa forma, as construções mentais resultantes da interação da pessoa com o local visitado".

Antes de se visitar de fato um local conta-se primeiro com o imaginário de como é tal lugar muitas vezes observado em um filme, série vista pela televisão ou tela de cinema, ou outro meio de entretenimento. Isto auxilia no planejamento de passeios e visitas para conhecer o local pessoalmente, seja um bairro, uma rua, um monumento, fazendo com que essas novas experiências sejam realmente vividas e aproveitadas.

De acordo com Marujo e Santos (2012 p.40) o turismo como fenômeno social é considerado uma experiência que propicia novas sensações, e está atrelado a uma identificação com o local visitado. "O turismo é um setor de serviços e criação de experiência, fenômeno complexo que pode ser considerado e interpretado de múltiplas maneiras". (SILVA;TRENTI, 2018, p.182).

Fenômeno esse que se entrelaça com a motivação do visitante ao buscar novas experiências cognitivas e emocionais. "O turista procura os destinos por diferentes motivos, especialmente aqueles que lhe estimulam emoções ou que prometem estimulá-las e lhe possibilitam interagir socialmente com nativos ou outros turistas, durante suas viagens". (SILVA;TRENTI, 2018, p.183).

A motivação do turista não deve ser comparada ao consumidor geral, por conta das particularidades que abrangem o setor turístico (HIRATA E BRAGA, 2017). Pode-se dizer que a imagem de um filme pode motivar as pessoas para o planejamento e organização de uma viagem, baseada em sonhos e desejos de novas experiências, o que denota relevância desta.

De acordo com Hirata e Braga (2017 p.55):

Pode-se citar cenários em que uma viagem é antecipada por meses ou anos, fato não observado para bens de menor valor como comercializados comumente. Além disso deve-se levar em conta as diferenças de comportamento em relação às expectativas, as quais costumam ser mais tangíveis para bens materiais palpáveis; e mesmo no que se refere ao comportamento durante o consumo e após o término do usufruto. (HIRATA, BRAGA, 2017 p.55)

Pode-se observar que a viagem tende a ser um objeto de desejo diferenciado com qualidades próprias, quanto a questão da motivação, muitas vezes criadas nas mentes dos viajantes muito antes da partida. E quando se fala da motivação, esta pode também ser provocada por amigos, promoção de lugares por meio de imagens, entre outros. Além do que, ao pensar em sair de casa e desbravar novos lugares, a pessoa se imagina em um local muito antes de estar lá.

Harvey citado por Pereira e Spolon (2007, p. 05) afirma que “os lugares retratados de certa maneira, em particular se têm a capacidade de atrair turistas, podem começar a se ‘vestir’ segundo as prescrições da imagem-fantasia”. Os locais acabam tornando-se fragmentos, que permeiam o imaginário e porque não os sonhos do ser humano de tal maneira que é possível imaginar-se em determinado local sem nunca se tê-lo visitado. É como viajar sem sair do lugar fisicamente.

Em se tratando do imaginário, reitera-se novamente a importância que a imagem em si tem em todo esse contexto, afinal antes da televisão e do cinema, as pessoas ganhavam vida, movimento e emoções, por meio da fotografia, e antes dela a pintura, que muitas vezes não conseguia captar feições muito realistas dos modelos que posavam para as estas, no entanto, foram imprescindíveis para se ter uma noção, de como eram certas figuras históricas e importantes do passado. Nascimento (2009, p.22) afirma que:

A viagem, portanto, faz parte do repertório simbólico de muitas referências humanas, assim como, privilegiadamente, tem seu próprio imaginário, pois os indivíduos, na expectativa de descobrir o desconhecido, desvendar seus mistérios, sua cultura, alcançar suas recompensas, se transportam para tais lugares por meio de sua imaginação. (NASCIMENTO, 2009, p.22)

A questão do imaginário é fator importante para quem gosta de frequentar as salas de cinema de todo o mundo, quem nunca se imaginou dentro de um cenário ou lugar, ao assistir um filme? Mostra cada vez mais o quanto as questões referentes à imagem e paisagem são importantes para o ser humano, inclusive no que se refere a atividade turística.

De acordo com Silva et.al (2011, p.373):

O turismo é uma das atividades que mais utiliza a imagem para se promover e atrair viajantes, pois o turista, antes de comprar um lugar, para desfrutar positivamente de suas férias, compra uma imagem, um sonho ou um desejo. (SILVA et.al, p. 373)

E quando se fala em promoção por meio da imagem para o turista, é impossível não se lembrar do cinema, muitas vezes aliado a paisagem e imagem no que se refere a despertar a imaginação do futuro viajante, como citado, viajar sem sair de casa, assistindo filmes numa grande tela ou pela televisão, acaba se tornando fatores de motivação para ir à um destino turístico. Assim, o cinema e o turismo andam cada vez mais juntos.

Chamada de sétima arte, o cinema tem feito parte da vida, do imaginário das pessoas há muito tempo e antes de compreender um pouco mais sobre o objeto de estudo deste trabalho, o filme Titanic de 1997, é necessário regressar no tempo e conhecer um pouco sobre as origens desta arte tão popular e tão difundida na atualidade, pois como lembra Orson Wells apud Nascimento (2009, p. 9) o cinema não tem fronteiras nem limites, é um fluxo constante de sonhos.

Segundo o *site* História de Tudo, na China 5000 anos a. C já existia uma forma de expressão próximo do que hoje é conhecido como cinema, no entanto, ainda para o *site*, foi com a descoberta do fenômeno da persistência retiniana por Peter Mark Roger em 1826 e do desenvolvimento da fotografia por Louis-Jacques, deram o primeiro passo para o desenvolvimento das primeiras filmadoras.

Em 1895 os irmãos Auguste e Louis Lumière criaram uma máquina que dispensava o uso de várias câmeras fotográficas para capturar as imagens como eram as anteriores, tornando-se assim a mais antiga filmadora.

A verdade é que não existe um único inventor do cinema como se conhece atualmente, apesar dos irmãos Lumière serem os mais conhecidos, como os primeiros a realizarem uma exibição de um filme, outros dois irmãos chamados Max e Emil Sclandanowski já teriam realizado uma exibição de cerca de quinze minutos em 1895, na cidade de Berlim, Alemanha. (MASCARELLO, 2015)

Para Nascimento (2009, p.15) “é cada vez maior a quantidade de turistas que se inspiram em filmes de cinema e televisão para escolher seus destinos”. Diante disso, Barreto (2014) apresenta alguns segmentos do turismo, como o enoturismo,

onde os visitantes conhecem locais produtores de vinhos, o turismo macabro ou “dark tourism” onde o atrativo são lugares assustadores, assombrados ou onde ocorreram crimes.

De acordo com o Mtur (2010, p.61):

Para o Ministério do Turismo, a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.(MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 61)

Na figura abaixo é possível observar os segmentos definidos como prioritários pelo Ministério do Turismo (2006):

FIGURA 1- QUADRO DE SEGMENTOS TURÍSTICOS SEGUNDO O Mtur



FONTE: Ministério do Turismo (2006)

Apesar de não aparecer na lista, um que vem ganhando cada vez mais espaço, é o chamado turismo cinematográfico, responsável também pelo crescimento e desenvolvimento turístico de certos locais após aparecer em produções do cinema.

Segundo uma cartilha denominada Estudo de Sinergia e Desenvolvimento Audiovisual entre as Indústrias do Turismo e Audiovisuais Brasileiras, também elaborado pelo Ministério do Turismo em 2007, Turismo Cinematográfico “se define como a visitação de turistas a locais ou atrações a partir da aparição do destino na tela do cinema, TV, vídeo doméstico e internet”. Este estudo apesar de ter o foco de

estudos no Brasil, apresenta dados interessantes sobre os impactos do Turismo Cinematográfico em outras partes do mundo. Seguem abaixo alguns dos exemplos citados:

QUADRO 1 - IMPACTOS EM CENÁRIOS UTILIZADOS EM FILMES

Filme ou Série de TV	Localização	Impacto em número de visitantes ou faturamento
Coração Valente	Wallace Monument, Escócia	300% de aumento do número de visitantes depois do lançamento
Amargo Pesadelo	Rayburn County, Georgia, EUA	20 mil turistas adicionais ao ano com receitas de 2 a 3 milhões de dólares
Dança com Lobos	Fort Hayes, Kansas, EUA	25% de aumento comparado com apenas 7% em média nos últimos 4 anos.
Contatos Imediatos de 3º Grau	Devils Tower, Wyoming, EUA	75 % de aumento em 1975, 20% dos visitantes ainda hoje vem por causa do filme
Thelma e Louise	Arches National Monument, Moab, Utah, EUA	19,1% de aumento em 1991
O Senhor dos Anéis	Nova Zelândia	10% de aumento entre 1998 e 2003 apenas no Reino Unido
Trilogia Harry Potter	Várias localidades no Reino Unido	Todas as localidades tiveram acréscimo de 50% ou mais
Nas Montanhas dos Gorilas	Ruanda	20% de aumento em 1991
A Praia	Tailândia	22% de aumento no mercado jovem em 2000
Orgulho e Preconceito	Lyme Park , Cheshire, Inglaterra	150 % de aumento do número de visitantes
Tróia	Canakkale, Turquia	73 % de aumento do turismo

FONTE: Ministério do Turismo 2007

Com isso observa-se que o Turismo Cinematográfico há tempos vem sendo realizado, mesmo sem ainda ser nominado, seja um país, uma praia ou um monumento, sua aparição em uma superprodução pode garantir mais visibilidade e faturamento para o local, o que não se pode negar a relevância no setor turístico.

O Ministério do Turismo também criou em 2018 um grupo de estudos direcionado ao Turismo cinematográfico, com representantes de diversas entidades e órgãos como o MinC, Embratur, ANCINE, IPHAN, entre outros, chamado de GTT projeto de trabalho para o direcionamento de atividades deste segmento.

Como já citado, assistir um filme não deixa de ser um tipo de viagem, quando não se pode estar fisicamente em um lugar. Uma opção é assistir um programa, série ou filme e viajar apenas com a imaginação, se para muitas pessoas chega a ser suficiente, para outras, ver imagens e descobrir fatos novos, aumenta mais a vontade de estar pessoalmente e conhecer um lugar que inspirou ou que realmente fez parte das gravações.

O que ocorre é que nem sempre o que se vê em um filme trata-se da realidade absoluta, a indústria cinematográfica vive de vender sonhos, não muito diferente da atividade turística, afinal tudo o que se é imaginado tende a ser melhor e mais intenso. Para se ter uma ideia do poder dessa arte, nos primórdios do cinema, os filmes eram mudos, e mesmo assim cumpriam seu papel em entreter e cativar a atenção do público. Grande exemplo de sucesso desse segmento é o ator britânico Charlie Chaplin.

Nascimento (2009,p.25) até cita uma frase do célebre Chaplin onde este diz que “em um filme o que importa não é a realidade, mas o que dela possa extrair” o que mostra que a vida real não é exatamente o que é retratado em uma obra cinematográfica, não é um empecilho nem um motivo desmotivador de se assistir o filme ou mesmo de fazer um passeio ou viagem inspirado no mesmo.

FIGURA 2 - CHARLIE CHAPLIN



FONTE: Google Imagens (2021)

Acima, observa-se Charlie Chaplin um dos personagens do cinema mudo, que provavelmente exigia muito mais do imaginário de seus apreciadores. Isso pode ser visto a importância acerca da imagem e paisagem no cinema mostrado na grande tela a vida cotidiana que não se apresentava na total da realidade.

Nascimento (2009, p.23) ainda reitera que:

O fato é que para muita gente, as questões físico/virtual e real/imaginário são secundárias, pois uma vez apresentadas por qualquer mídia, as mais variadas possibilidades são projetadas pela imaginação do indivíduo e, como jogos ou encenações, passam a ser exercidas ou interpretadas no mais pleno devaneio sem que isso represente ou diminua a validade da sua experiência (NASCIMENTO,2009, p.23)

Como citado acima, visitar um local específico, uma locação e ao mesmo tempo conhecer algo que esteja presente uma lembrança por meio de um filme assistido, não precisa necessariamente ver tudo aquilo que se imaginou, isto não invalida o desejo e a emoção de se estar em um local pois este fez parte de uma grande produção.

Muitos atores famosos estiveram lá e muitos objetos são protagonistas; seres inanimados que também têm o poder de permanecer na imaginação de um indivíduo. O sonho de consumo pode deixar de ser um local, para se tornar um carro igual ao usado no filme, e novamente retorna-se ao quesito viagem, quando o objeto de desejo não é o destino, mas o meio que o leva até lá, como um trem, um avião ou um navio.

## 2.2 CINEMA E O TRANSPORTE MARÍTIMO DE CRUZEIROS

Muitos filmes já tiveram como protagonista ou coadjuvante um meio de transporte, seja um carro veloz, um trem ou um avião com problemas ou ainda um navio onde geralmente ocorrem momentos divertidos ou trágicos. Os meios de transporte vem servindo de enredo para grandes produções do cinema há bastante tempo e se utiliza de acidentes históricos ou fictícios destes. Estes sempre serviram de entretenimento, como enredo principal da história, como pano de fundo em vários tipos de filmes, como comédia, ação, ficção, drama e outros.

Fato é que, em se tratando de filmes sobre grandes navios, é muito difícil que algum supere o filme Titanic de 1997, dirigido por James Cameron, cujo filme conseguiu atrair uma grande quantidade de público em uma época em que a internet e as redes sociais ainda estavam engatinhando.

De acordo com Penna (2016):

Dentre as incontáveis obras ambientadas em transportes marítimos, as versões do naufrágio do navio Titanic são as mais conhecidas. A tragédia ocorrida em 1912, se tornou ainda mais famosa após servir de enredo para diversas obras. (PENNA, 2016)

Existem várias obras cinematográficas ambientadas em navios de cruzeiros, transatlânticos, ou grandes barcos no caso das produções que retratam épocas mais distantes. Segue abaixo uma lista de filmes com temáticas de navios de cruzeiros ou outras embarcações, além do famoso Titanic de 1997.

QUADRO 2 - LISTA DE FILMES COM TEMÁTICA MARÍTIMA

Lista de Filmes segundo os sites: E o vídeo levou, Omelete e Adoro Cinema	
1- A aventura de Kon Tiki	21- Capitão Phillips
2- A ilha da garganta cortada	22- Mar em Fúria
3- Amistad	23- Velocidade máxima II
4- Battleship - a batalha dos mares	24- O destino de Poseidon
5- Dramático reencontro no Poseidon	25- O segredo do abismo
6- Mistério na neve	26- Sobrevivente
7- O senhor dos mares	27- Terror a bordo
8- Piratas do Caribe I - a maldição do Pérola Negra	28- Tormenta
9- Piratas do Caribe II - o baú da morte	29- Um filme falado
10- Piratas do Caribe III - no fim do mundo	30- Lua de Fel
11- Piratas do Caribe IV - navegando em águas misteriosas	31- A camareira do Titanic
12- Poseidon	32- Afundem o Bismarck
13- Somente o mar sabe	33- Ato de coragem
14- Titanic (1996)	34- Cruzeiro das Loucas

15- Mestre dos Mares - O lado mais distante do mundo	35- O resgate do Titanic
16- Um barco e Nove destinos	36- Somente Deus por testemunha
17- A batalha do Rio da Prata	37- Transatlântico de luxo
18- Navio Fantasma	38- Wind a força dos ventos
19- A lenda do Pianista do mar	39- Vidas à deriva
20 - Até o fim (2013)	40- No coração do mar

FONTE: E o vídeo levou/ Omelete/ Adoro Cinema (2021)

Existem outros diversos títulos com temática similar, e como foi possível observar, apenas dentre os filmes listados acima, existem pelo menos outras quatro obras com temática voltada a história do RMS Titanic, além claro do filme mais conhecido dentre todos, Titanic de 1997. Penna (2016, p. 10) cita pelo menos outros 16 títulos em que o Titanic aparece de alguma forma no enredo, seriam eles:

- Salva do Titanic
- Na noite e no gelo
- Titanic 1943/1953
- You are there
- Kraft Television Theatre
- Telephone Time
- One step beyond
- The time tunnel
- S.O.S Titanic
- Voyagers
- A lenda do Titanic
- Titanic, o desenho
- Salvando o Titanic
- Titanic, 2012
- Titanic, sangue e aço
- Os últimos sinais

Segundo matéria do blog Titanic em Foco também citado por Penna (2016), existem no total cerca de 47 produções em que o navio Titanic aparece sendo elas divididas em:

QUADRO 3 - PRODUÇÕES ONDE O TITANIC APARECE

22 produções onde o Titanic seria tema principal do enredo
13 produções onde o Titanic fez uma participação rápida
06 produções onde o filme Titanic de 1997 é parodiado
06 produções que apenas se inspiraram no Titanic

FONTE: Titanic em Foco (2011)

Assim como os filmes com temática marítima em geral, os específicos sobre o RMS Titanic podem ser em maior número do que os acima citados, entre protagonismo total, plano de fundo, ou pequenas e rápidas aparições, o navio teria aparecido em cerca de 81 filmes. (TITÂNICOS EM AÇÃO, 2012)

Observando as produções cinematográficas de várias épocas é possível observar que muitos filmes já tiveram como protagonista ou coadjuvante um meio de transporte ,seja um carro veloz, um trem ou um avião com problemas ou ainda um navio onde geralmente ocorrem momentos divertidos ou trágicos. Tendo em vista isto, é necessário compreender um pouco mais sobre sua importância dos cruzeiros marítimos nos transportes.

### 2.3 TRANSPORTES E CRUZEIROS MARÍTIMOS

Questões como mobilidade sempre foram inerentes à vida dos seres humanos, desde a antiguidade, quando as pessoas precisavam se locomover de um local para outro em busca de alimentação e também o comércio de outras mercadorias. Assim eram usadas vias terrestres e marítimas para se deslocarem mais rápido. A partir do século XIX com o transporte ferroviário e em seguida os carros, vão surgindo outros meios de transporte.

No início, os meios de transporte eram utilizados majoritariamente para fins de trabalho, atualmente viraram objetos de lazer e experiências. Com o mundo se modernizando, os meios de transporte deixaram de ser um mero meio de se transportar cargas e encomendas de um lugar para outro e se tornaram parte do

imaginário e até dos sonhos das pessoas e potenciais turistas. Segundo Santos et al (2010), a evolução do transporte tornou as viagens mais confortáveis e cômodas, criando a possibilidade de viagens cada vez mais longas e rápidas.

Nascimento (2009, p.22) ainda corrobora que:

O atual imaginário turístico vai além. Com a evolução da comunicação e dos transportes, passou a ser instigado, não apenas pela busca de outros territórios, mas, também, pelos cenários propostos, por outros estilos de vida, por práticas sociais e culturais diferentes daquelas conhecidas e vividas no contexto social do viajante.(NASCIMENTO,2009, P.22)

Os meios de transporte aquáticos foram os primeiros a fazer parte da vida cotidiana. Desde a antiguidade em pequenas embarcações utilizadas para pesca e transporte de mercadorias. Segundo Fujita e Júnior (2013,p.03) para alguns pesquisadores é possível encontrar referências sobre as primeiras navegações na Bíblia católica, mais precisamente no "Livro de Isaías".

Com o tempo todos os meios de transporte, inclusive os marítimos foram evoluindo, mas até se tornarem o que são hoje, muitas coisas tiveram de ser melhoradas, nos primórdios quando as embarcações ainda eram usadas primordialmente para transporte de cargas, as condições muitas vezes eram insalubres. Dentre os setores que envolvem as atividades turísticas, o setor de transportes de cruzeiros marítimos se destaca hoje pelo número de serviços oferecidos.

Segundo o *site* DW (2021), apenas no final do século XIX, pode-se dizer que ocorreu a primeira viagem considerada um cruzeiro marítimo voltado para o lazer, quando um homem chamado Albert Ballin teve a ideia levar 174 alemães para conhecerem lugares mais quentes a bordo do navio Augusta Vitória, transformando a *Hapag*, companhia onde este trabalhava na primeira companhia de cruzeiros marítimos do mundo e dando início ao que se conhece por viagens marítimas de cruzeiro.

FIGURA 3 - NAVIO AUGUSTA VITÓRIA



FONTE: Google Imagens (2021)

Apesar do grande marco essa viagem não foi tão calma assim, segundo o *site* da DW (2016), ainda se tratava de um deslocamento difícil onde os passageiros lutavam para não passarem mal do estômago, inclusive deixando de comer as iguarias como ostras oferecidas no setor de refeições.

FIGURA 4 - SALÃO DE REFEIÇÕES DO NAVIO AUGUSTA VITÓRIA



FONTE: Google Imagens (2021)

Na virada do século XIX para o século XX os navios transoceânicos estavam em alta, era uma questão de status, poder e símbolo de potência para um país na

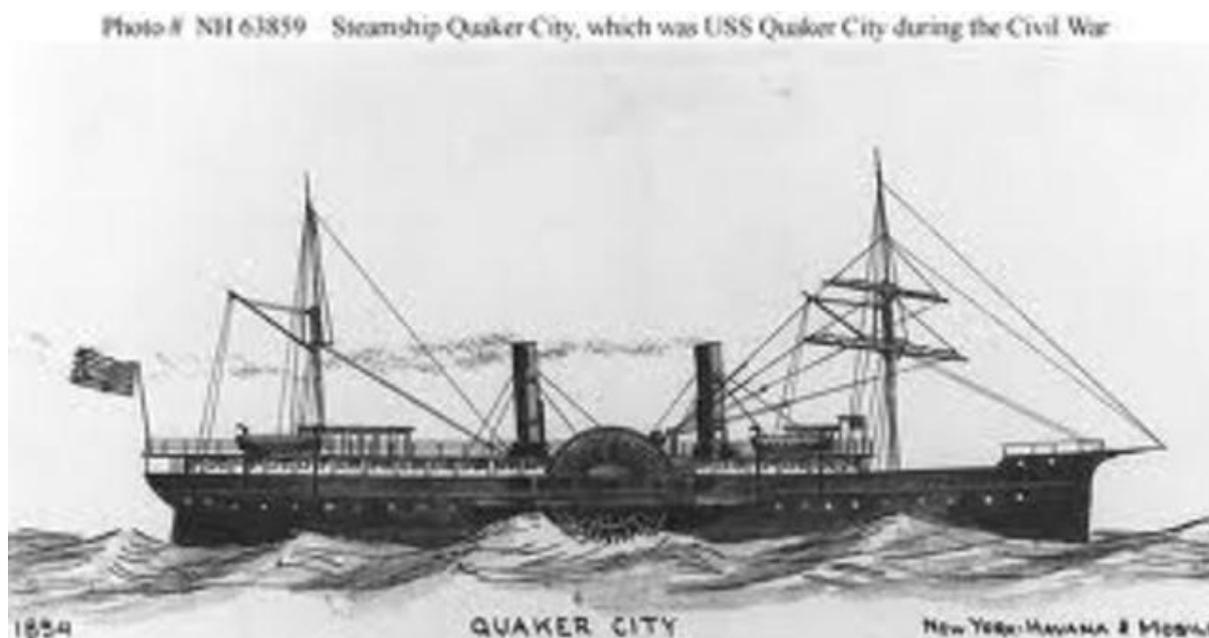
época, possuir uma embarcação considerada a maior, a mais rápida ou a mais luxuosa, era questão de disputa entre as nações naquele período (DI RONÁ, 2002).

Antes, porém, era muito pior, navegar pelos oceanos era considerada um tarefa árdua e cansativa que nem todos estavam dispostos a realizar, pois ainda segundo o *site* da DW (2016) até meados do século XIX, antes dos cruzeiros a lazer, deslocar-se de um lugar a outro em uma dessas embarcações era desumano, inclusive com epidemias se alastrando dentro dos navios. Os passageiros viajavam em compartimentos de carga e sem nenhuma certeza de quanto tempo duraria a viagem.

Navios como o Maurîtânia, Lusitânia, Olympic, Britannic (os dois últimos considerados navios irmãos do Titanic) e o mais conhecido dentre eles, o famoso Titanic estão dentre os grandes transatlânticos mais importantes desta que foi considerada a Belle Époque das navegações transoceânicas (DI RONÁ, 2002).

Para Andrade e Robertson (2012, p.23) os cruzeiros como se conhece hoje teriam se iniciado em 1867, sendo o registro do primeiro cruzeiro transatlântico mais próximo do que se conhece hoje. Teria sido uma viagem com duração de seis meses com passagens pela Terra Santa, Egito, Criméia e Grécia a bordo do Quaker City que teria partido da cidade de Nova York.

FIGURA 5 - NAVIO QUAKER CITY



FONTE: Google Imagens (2021)

Ainda segundo Andrade e Robertson (2012, p.23) a popularidade dos cruzeiros marítimos nos dias atuais se deve em grande parte ao escritor norte americano Mark Twain que definiu esse tipo de viagens como uma grande festa, livre de problemas, onde não há necessidade de empacotar os pertences várias vezes e com muitas atividades de entretenimento.

O setor de cruzeiros marítimos vinha crescendo nos últimos anos, principalmente a nível internacional, no Brasil também se destacou. De acordo com a CLIA Brasil em matéria do site Valor Econômico (2019) o Brasil tem grande potencial em relação ao nicho de cruzeiros marítimos. Ainda de acordo com a CLIA [200?], apenas na temporada 2017/ 2018 no Brasil, foram movimentados R\$1,792 bilhão de reais com 418. 504 cruzeiristas enfatizando o crescimento deste segmento que teve seu pico em água brasileiras nas temporadas 2010/2011.

Considerado um país com altos impostos e taxas, o mercado brasileiro no que se refere a cruzeiros acaba ficando muito aquém do esperado. Já segundo os representantes brasileiros uma das grandes preocupações são as questões ambientais envolvidas em receber um gigante desses nos portos brasileiros.

Atualmente, o mundo convive com uma pandemia com duração de quase dois anos, problema que abalou o setor turístico, incluindo o de transporte de cruzeiros marítimos que aos poucos vai se recuperando porém com a necessidade de se adaptar e principalmente se preparar para momentos como esse.

De acordo com Trigo,2020 p.8:

Patógenos letais não são novidades para a humanidade. O terror epidemiológico tem longa história e alguns de seus ciclos memoráveis são a peste negra (ou peste bubônica), no século XIV (com picos entre 1347 e 1351); as epidemias de varíola, gripe, tuberculose, sífilis, tifo que devastaram as populações nativas das Américas e das ilhas do Pacífico entre os séculos XVI e XVIII; a gripe espanhola entre 1918 e 1920; o ebola, conhecido desde a década de 1970 e extremamente parecido com a “morte vermelha” de Poe; a epidemia de HIV nos anos 1980 e 1990; as ondas de gripes com complicações respiratórias como SARS-COV (2002, China), H5N1 (2005, gripe aviária), H1N1 (2009, gripe suína), MERS-COV (2012), H7N9 (2013) e a Covid - 19 em 2020. (TRIGO, 2020 p. 8)

De tempos em tempos ocorrem as epidemias, guerras e mesmo com todos os avanços tecnológicos, os problemas acontecem, como o que se vê atualmente, o mercado sofre impactos negativos na sua economia, inclusive o setor turístico com

ênfase para o nicho dos cruzeiros, por concentrar um número grande de pessoas em uma embarcação, e ter vários serviços e empregos integrados.

Considerado um país com altos impostos e taxas, o Brasil no que se refere ao mercado de cruzeiros acaba ficando muito aquém do esperado. Já segundo os representantes brasileiros uma das grandes preocupações são as questões ambientais envolvidas em receber um gigante desses nos portos brasileiros.

FIGURA 6 - NAVIO DE CRUZEIRO CONTEMPORÂNEO



FONTE : Valor Econômico/ CLIA Brasil (2019)

No entanto as empresas de cruzeiros se dizem cada vez mais preocupadas com o meio ambiente e com a sustentabilidade em seus produtos e de acordo com o presidente da CLIA Brasil, Marco Ferraz “Levamos muito a sério esse tema e, a cada ano ficamos mais conscientes e mais sustentáveis”. Fato é que apesar de aparentar uma recuperação, pelo menos em alguns destinos, no geral o segmento dos cruzeiros marítimos ainda encontra-se com rumos indefinidos em meio a pandemia de covid 19.

#### 2.4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO: FILME TITANIC 1997

Depois do grande sucesso do filme Titanic de 1997, fica difícil separar a ficção da realidade, muito provavelmente muitas pessoas passaram a conhecer a história do transatlântico por conta do aclamado filme do diretor James Cameron e

antes de se compreender um pouco mais sobre essa obra cinematográfica é preciso conhecer um pouco mais sobre o seu inanimado personagem principal.

De acordo com o *site* Titânicos em Ação (2012), antes de virar filme e lotar salas de cinema com espectadores ávidos por conhecer a história por trás de uma das maiores tragédias do século XX, o RMS Titanic causou euforia na época de sua inauguração, era o maior, o mais moderno e mais luxuoso navio do momento, como citado no filme homônimo, era o navio dos sonhos, principalmente para os passageiros da primeira classe que segundo a Folha de São Paulo [200?] era cercada de pompa e luxo, com piscina, sala de ginástica entre outras regalias, muito diferente dos viajantes da terceira classe que como mostrado no próprio filme atravessavam o oceano atlântico em condições bem mais modestas.

Afinal o Titanic não era um navio de Cruzeiros como hoje, a imponente embarcação não apenas levava pessoas da elite para um passeio histórico, como também levava trabalhadores em busca de uma vida melhor ou apenas de volta a seus lugares de origem, fatos como esses foram retratados no filme Titanic de 1997 objeto principal de estudo deste estudo, tendo sido o mais famoso dentre muitos outros que como já foram citados nesta pesquisa e também tem como enredo a tragédia.

FIGURA 7 - FOTO DO VERDADEIRO TITANIC



FONTE: Google Imagens (2021)

Como já citado, o Titanic fazia parte de outros dois navios considerados seus “irmãos”, o Olympic e o Britannic, sendo o Olympic gêmeo do Titanic, exceto por alguns detalhes. Segundo o site Titânicos em Ação (2011), o Olympic inclusive surgiu e começou a navegar antes do irmão mais famoso e também era muito luxuoso e com os detalhes internos praticamente idênticos como a famosa escadaria.

Ainda segundo o site Titânicos em Ação (2011), o RMS Olympic era mais leve e com um pouco menos de espaço interno e dez metros menor no que se refere ao comprimento em comparação ao Titanic. Ambos foram construídos no mesmo estaleiro, o *Harland and Wolff* e toda essa semelhança, chegou a ser objeto de especulação na época, já que a *White Star Line*, responsável pelo grande projeto de construção da chamada classe Olympic que incluía os três irmãos, foi acusada de sabotar o RMS Titanic para auto promover sua imagem, já que contava com um navio idêntico para continuar navegando, chamando mais atenção, por conta da tragédia. Toda essa teoria da conspiração jamais foi comprovada. Como observa-se na imagem a seguir, a semelhança entre os dois navios era realmente grande, sendo à direita o RMS Olympic e a esquerda o RMS Titanic (TITÂNICOS EM AÇÃO, 2011).

FIGURA 8 - RMS OLYMPIC E RMS TITANIC



FONTE: Titânicos em ação / Titanic-in-color (2011)

Como citado, o mais famoso do trio de navios da *White Star Line*, viria a ser o Titanic, que superaria seu gêmeo primogênito *Olympic* tornando - se o mais

imponente navio da época. Em questão de tamanho, como já observado não haviam muitas distinções, quanto ao peso por mais importante que o Titanic fosse ele perdia nesse quesito para último navio do trio a ser inaugurado, o Britannic que pesava cerca de 49 mil toneladas, cerca de quatro mil a mais que os irmãos.(TITÂNICOS EM AÇÃO, 2011).

Ainda de acordo com o Titânicos em Ação (2011) no início o Britannic havia sido batizado de Gigantic, assim como os outros dois em referência a mitologia grega, no entanto depois do fatídico naufrágio do companheiro de frota, sofreu modificações na embarcação e acabou sendo rebatizado.

Segundo a Folha de São Paulo (2021) as dimensões do RMS Titanic eram impressionantes para a época como será possível observar no quadro a seguir:

QUADRO 4 - DIMENSÕES DO TITANIC

269 metros de comprimento
53 metros de altura
Capacidade para 2435 passageiros
Capacidade para 892 tripulantes
Peso de mais de 45 mil toneladas

FONTE: Folha de São Paulo (2021)

No entanto, todo esse tamanho e imponência não foram suficientes para evitar que no dia 15 de abril de 1912 o RMS viesse a pique com 2200 pessoas a bordo entre tripulantes e passageiros dos quais apenas 706 sobreviveram.

Apesar de ter afundado completamente no dia 15 de abril, o destino do Titanic segundo a National Geografic (2019) começou a ser traçado ainda no dia 14 quanto às 23h40 colidiu com um grande iceberg no gelado atlântico norte e mesmo com grandes especulações até hoje do que foi feito, ou deixou de ser para se evitar uma tragédia. Fato é que nada adiantou o RMS Titanic afundou.

Como é de conhecimento da maioria e também ainda de acordo com a *National Geografic* (2019) o navio chegou a se partir ao meio tendo a popa levantada e as hélices expostas como também retratado no filme Titanic.

A questão é que com esse trágico acidente, apesar de toda a tristeza e revolta que acabaram inclusive manchando a imagem da *White Star Line* e de J.

Bruce Ismay, considerado o “dono do Titanic” e que fugiu em um dos botes, segundo o *site* Terra (2011). A partir desse momento o Titanic deixaria de ser apenas um navio para se tornar um mito, um objeto de curiosidade e especulação, fato que ocorre até os dias contemporâneos.

Reiterando esse fascínio exercido pela história do Titanic, o *blog* Titanic em Foco (2011) nos apresenta a história de um dos primeiros entusiastas do navio, um menino americano de 9 anos que ao fazer uma viagem no RMS Olympic ainda em operação em 1926, quatorze anos após o acidente, teve o interesse e curiosidade despertados, seu nome era Walter Lord, que ao crescer começou a pesquisar cada vez mais sobre o irmão naufragado do navio em que havia viajado.

A pesquisa de Lord durou cerca de 28 anos, incluindo conversas com sobreviventes, familiares e acesso a testemunhos oficiais da época, todos esses dados coletados o ajudaram a lançar o livro *A Night to Remember* em 1955, ou Uma Noite Fatídica em sua única tradução para o português e que viria a se tornar um filme conhecido no Brasil pelo título *Somente Deus por Testemunha* em 1958.

FIGURA 9 - CENA DO FILME SOMENTE DEUS POR TESTEMUNHA DE 1958



FONTE: *Site* Cinema Paradiso (2021)

Ainda segundo o *blog* Titanic em Foco (2011) toda essa dedicação de Walter que faleceu em 2002, foram de extrema importância para se conhecer a história do Titanic. Foi o trampolim responsável pela divulgação do Titanic naquela época e que se reflete também na contemporaneidade. Tanto é que durante décadas, segundo a

várias expedições tentaram descobrir o paradeiro final do Titanic no fundo do Atlântico norte (NATIONAL GEOGRAFIC, 2019).

Finalmente em 1º de setembro de 1985 foram encontrados os destroços da embarcação justamente por Robert Ballard, explorador residente da *National Geographic* na época e também por Jean-Louis Michel, um cientista da França. Ainda segundo a matéria, o gigante dos mares se encontrava a cerca 612 km de distância de Newfoundland (NATIONAL GEOGRAFIC, 2019).

Fatos como esse acabam por ratificar o quanto o Titanic causa fascínio e instiga o já citado imaginário coletivo, sendo provavelmente um dos fatores que levaram a realização de várias obras inspiradas em sua trajetória. Como já apresentado neste trabalho, principalmente obras cinematográficas, como observou-se nas listas acima, existem muitos filmes com temática “marinha”.

Entretanto, nenhum fez tanto sucesso e é tão lembrado quanto o objeto principal desta pesquisa, o filme Titanic de 1997, que mesclou muito bem a história do navio com o clichê romântico do casal lutando para ficar junto e vencer os preconceitos da diferença de classes sociais.

FIGURA 10 - CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO FILME - 1997



FONTE: Google Imagens (2021)

O elenco contava com nomes conhecidos como Kathy Bates e Billy Zane, mas é inegável que grande parte do sucesso deve ao casal protagonista composto por Kate Winslet no papel de Rose que alavancou de vez sua carreira e

por um jovem Leonardo Dicaprio que mais tarde viria a se decepcionar pela falta de indicação a uma estatueta do oscar pelo papel de Jack.

O diretor James Cameron já contava com alguns sucessos em sua carreira, como o filme Alien, o oitavo passageiro de 1979 e O Exterminador do Futuro 1 e 2, mas nada comparado ao que estava por vir. Abaixo segue a ficha técnica e a sinopse segundo o site Entreter-se (2021):

- Ficha Técnica - Titanic 1997
- Título Original: Titanic
- Duração: 194 minutos
- Ano produção: 1997
- Estreia: 16 de janeiro de 1998
- Distribuidora: Fox Film do Brasil
- Dirigido por: James Cameron
- Orçamento: US\$ 200 milhões
- Classificação: 12 anos
- Gênero: Drama, Romance
- Países de Origem: EUA

#### QUADRO 5 – SINOPSE DO FILME TITANIC DE 1997

Jack Dawson é um jovem aventureiro que, na mesa de jogo, ganha uma passagem para a primeira viagem do transatlântico Titanic. Trata-se de um luxuoso e imponente navio, anunciado na época como inafundável, que parte para os Estados Unidos. Nele está também Rose DeWitt Bukater, a jovem noiva de Caledon Hockley. Rose está descontente com sua vida, já que sente-se sufocada pelos costumes da elite e não ama Caledon.

Entretanto, ela precisa se casar com ele para manter o bom nome da família, que está falida. Um dia, desesperada, Rose ameaça se atirar do Titanic, mas Jack consegue removê-la da ideia. Pelo ato ele é convidado a jantar na primeira classe, onde começa a se tornar mais próximo de Rose. Logo eles se apaixonam, despertando a fúria de Caledon. A situação fica ainda mais complicada quando o Titanic se choca com um iceberg,

provocando algo que ninguém imaginava ser possível: o naufrágio do navio.

FONTE: *Site Entreter-se* (2021)

O *site* Titânicos em Ação (2012) confirma todo esse sucesso ao chamar o Titanic de o filme que fascina gerações e ao observar como já citado que foram lançados cerca de 81 filmes no total, em que o navio aparece como cenário ou protagonista. O primeiro foi lançado em 1912 vinte e nove dias após o incidente com duração de apenas dez minutos sob o título de “*Saved from Titanic*” ou “Salva do Titanic” no Brasil. Isso mostra o quanto a história mesmo que triste começou a fascinar e perdurar na imaginação humana muito rápido, o que ajuda a explicar e a compreender as inúmeras obras inspiradas no ocorrido

Em 1996 foi lançado outra produção sobre o Titanic, também nominada Titanic, foi produzida para a TV e dividida em dois episódios, contava com Catherine Zeta Jones no elenco (TITÂNICOS EM AÇÃO). No entanto, o telefilme não foi tão bem sucedido quanto o sucessor, e a explicação talvez não esteja, na direção e nem no elenco mas sim nos detalhes que faltaram no filme homônimo do ano anterior.

FIGURA 11 - TELEFILME TITANIC DE 1996



FONTE: Titânicos em Ação (2021)

Detalhes esses que foram meticulosamente pensados por Cameron, não que o filme tenha mostrado cada detalhe do navio ou das histórias dos passageiros mas em comparação com outras produções, a riqueza de detalhes principalmente no que se refere a embarcação, podem ser consideradas impressionantes, principalmente para a época, afinal já se passaram quase 25 anos.

E ainda segundo o *Titânicos em Ação* (2012), essa era a intenção de James Cameron, que queria uma reconstrução fiel do incidente que inclusive contou com ajuda de pessoas especialistas em Titanic como o pintor Ken Marshall, conhecido por retratar o Titanic em suas pinturas muitas vezes utilizadas em publicações sobre o navio.

FIGURA 12 - PINTURA DE KEN MARSHALL RETRATANDO O TITANIC



FONTE: *Titânicos em Ação* (2021)

O site *titânicos em ação* (2012) nos apresenta todo o empenho de Cameron para convencer e animar os estúdios a produzir o filme já nem a *20th century fox* e nem a *paramount pictures* estavam muito animados com a ideia, supondo que um filme sobre um navio ao qual já se sabia o destino, não atrairia o interesse do público.

Cameron não conseguiu os 350 milhões de dólares planejados para as filmagens e teve que se contentar com 200 milhões, mesmo depois de aceitar alguns acordos, no qual inclusive abria mão de sua participação nos lucros. Ainda com essa redução no orçamento, o Titanic ultrapassou em 100 milhões de dólares o filme *O Exterminador do Futuro 2*, tornando-se o mais caro da história até aquele momento (*TITÂNICOS EM AÇÃO*, 2012)

Fato é que todo o empenho de James Cameron valeram a pena inclusive as descidas arriscadas de submarinos para promover o filme através de destroços reais do navio. O filme fez um sucesso estrondoso e Cameron conseguiu o que parecia muito difícil, recuperar os 200 milhões de dólares investidos. Finalmente Titanic foi lançado em dezembro de 1997 nos Estados Unidos e em janeiro de 1998 no Brasil. (*TTÂNICOS EM AÇÃO*, 2012).

O filme arrecadou cerca de 2.186 bilhões de dólares mundialmente, tornando-se a maior bilheteria de todos os tempos e tendo sido o primeiro filme a ultrapassar a marca de um bilhão de dólares, título mantido até 2009 quando Avatar do próprio Cameron foi lançado e ultrapassou essa marca (TTÂNICOS EM AÇÃO, 2012). Segue abaixo uma lista da Forbes (2021) com os filmes que mais arrecadaram mundialmente até o momento:

QUADRO 6 - LISTA DA FORBES DE MAIORES BILHETERIAS DO CINEMA

Filme	Bilheteria em US\$
1° Avatar	US\$ 2.844.313.842
2° Vingadores: ultimato	US\$ 2.797.501.328
3° Titanic – 1997	US\$ 2.201.647.264
4° Star Wars Episódio VII: O Despertar da Força	US\$ 2.068.455.661
5° Vingadores: Guerra Infinita	US\$ 2.048.359.754
6° Jurassic World	US\$ 1.670.516.444
7° O Rei Leão – 2019	US\$ 1.657.870.986
8° Vingadores	US\$ 1.518.815.515
9° Velozes e Furiosos 7	US\$ 1.515.255.622
10° Frozen 2	US\$ 1.450.026.933

FONTE: Forbes (2021)

Manter-se no terceiro lugar quase vinte e cinco anos depois pode ser considerado um grande feito do filme Titanic, considerando que a cada nova geração os gostos se modifiquem, basta observar a tabela acima para perceber a Marvel domina o mercado cinematográfico atualmente, comprovando que o terceiro lugar do Titanic ainda pode ser considerado uma grande marca. O *site* Adoro Cinema apresenta algumas curiosidades sobre o filme, que acabam por instigar ainda mais a curiosidade do público em geral, além do fascínio pelo navio Titanic em si, desde 1997 ele tem um concorrente, o filme homônimo que narra sua própria história.

Ainda segundo o Adoro cinema, a atriz Kate Winslet sofreu com uma pneumonia e quase abandonou as filmagens, cerca de oitenta pessoas que trabalhavam na produção do filme, incluindo Cameron e o ator Bill Paxton foram intoxicadas por frutos do mar contaminados propositalmente por fenciclidina mais conhecida como pó de anjo, apesar de uma sabotagem nunca confirmada, suspeitas surgiram de se tratar de uma vingança contra o diretor.

Ainda de acordo com o Adoro cinema, Cameron aparece em algumas cenas do filme, como na cena em que Jack e Rose estão dançando e na cena em que o capitão Murdoch começa a atirar ele faz uma aparição atrás de Fabrício. É interessante saber também que Gloria Stewart que interpreta Rose mais velha era a única atriz já nascida em 1912 ano em que ocorreu o verdadeiro naufrágio (ADORO CINEMA).

Há ainda a suposta “profecia do Titanic”, Fabio Previdelli em matéria para o site UOL (2020) explica sobre esse suposto mistério dentre outros que cercam o navio, segundo a matéria o escritor Morgan Robertson, teria escrito um conto em 1898 ou seja quatorze anos antes do desastre, onde a história batizada “ *Futility or the Wreck of the Titan*, ou no Brasil Futilidade ou O naufrágio do Titan e contaria a história de um navio que se chamava Titan e afundou depois de bater em iceberg no Atlântico Norte, além de outras coincidências no mínimo curiosas como o nome do Capitão ser Smith, o acidente no conto também se passa em abril entre outras(UOL, 2020).

Outra suposição parte das várias teorias da conspiração que cercam o Titanic é a de que o navio SS *Californian* teria ouvido o pedido de socorro no dia do naufrágio mas o teria ignorado, ocasionando um desastre muito maior já que segundo a teoria ele poderia ter chegado muito antes do *Carpathia*, navio que resgatou os sobreviventes, pois estaria muito mais próximo ao local da tragédia. De acordo com o site Museu Marítimo até hoje existem dúvidas sobre o caso, se houve ou não negligência por parte do comandante e dos outros tripulantes do SS *Californian*. Fatos como os citados acabam tornando o Titanic além de tudo que já representa, um objeto mítico.

Na música o filme também foi influente, a trilha sonora foi composta por James Horner e o tema principal do filme “*My heart will go on*” também fizeram um enorme sucesso. De acordo com o Titânicos em Ação (2012) a música se tornou a mais tocada da história e mais famosa música interpretada por uma mulher

consolidando e consagrando de vez a carreira de Celine Dion que ganhou vários prêmios, dentre eles o oscar de melhor canção original, curiosamente, Celine não aceitou o convite de primeira tendo de ser convencida por Cameron e seu Marido René Angélil.

FIGURA 13 - CAPA DO CD DA TRILHA SONORA DO FILME TITANIC



FONTE: Google Imagens (2021)

Prova do imenso sucesso do filme Titanic é que o mesmo levou 11 estatuetas do Oscar, considerada a maior premiação do cinema. O *site* Adoro cinema listou todos os prêmios e indicações do filme (anexos). Na cultura e arquitetura atuais ainda é possível encontrar referências sobre o Titanic, ainda hoje ao entrar em sites de compras por exemplo é possível encontrar réplicas de roupas usadas pelos personagens, do colar imortalizado no filme, que apesar de não existir oficialmente, ficou marcado para sempre com o filme. Abaixo a imagem do famoso Coração do Oceano que no filme se tratava de um diamante azul.

FIGURA 14 - O DIAMANTE “CORÇÃO DO OCEANO” EM CENA DO FILME TITANIC



FONTE: Google Imagens (2021)

Mas o que é realmente responsável pelo sucesso do filme Titanic? A resposta conclusiva é incerta, seria a história dos mocinhos Rose Dewitt Bukater e Jack Dawson, ou seriam os fatos históricos do verdadeiro Titanic que sempre permearam a imaginação de muitos e acabaram de alguma forma tornando - se realidade com a produção de 1997, fato é que no geral o filme é considerado muito bom, mesmo por quem não é um grande fã da história trágica do navio ou do casal Jack e Rose.

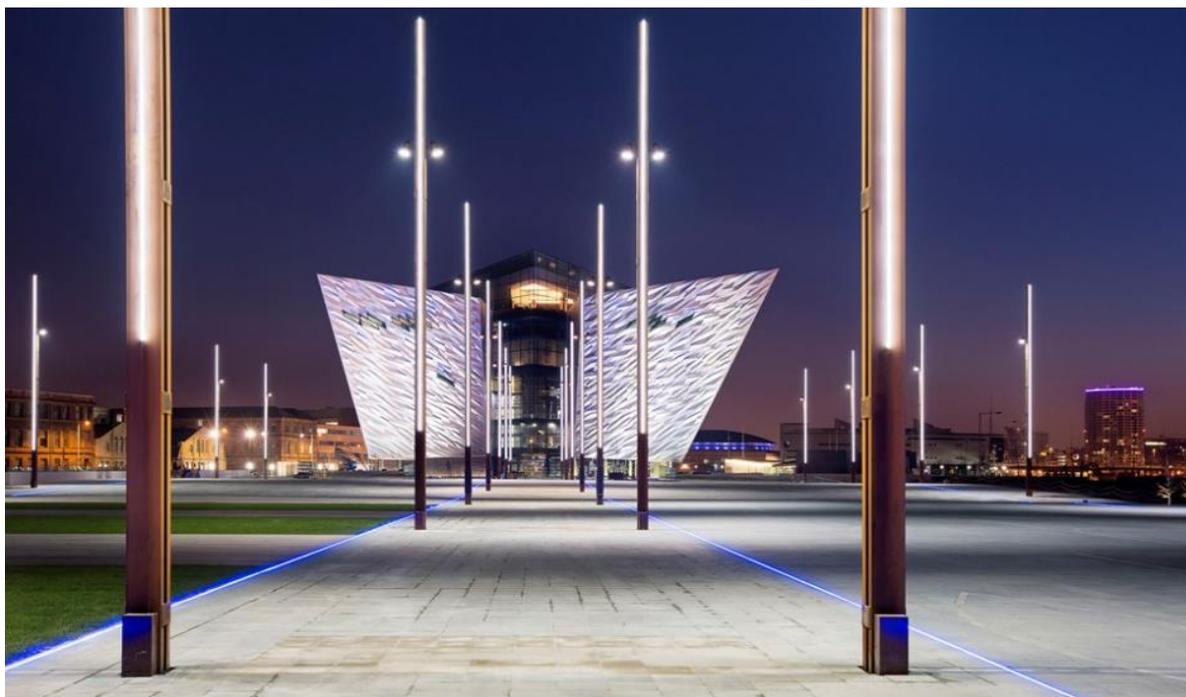
De acordo com Penna (2010 p.10) o que ocorre é que:

O filme, além de possuir um roteiro interessante e envolvente, utilizou diversos efeitos especiais que tornou a obra ainda mais realista. O casal Jack e Rose, estrelado por Leonardo Dicaprio e Kate Winslet, ganhou inúmeros fãs que torceram pelo casal durante toda a trama e o drama vivido pelos passageiros do navio pode ser sentido por todos os milhares de espectadores. (PENNA, 2010 p. 10)

E novamente retorna-se a questão de como o filme de Cameron, retrata com veracidade a jornada do Titanic, criando até um certo paradigma, pois fez milhares de pessoas sonharem e trabalharem toda a questão já citada do imaginário, no entanto mostrando a verdade, ou o mais próximo dela. Foi observado que o Titanic exerce certo fascínio deste seu naufrágio e essa admiração apenas aumentou com o filme de 1997, no entanto ele inspira outras áreas, inclusive uma que é tema importante deste trabalho, a turística.

Inaugurado em 2012, exatamente cem anos após o naufrágio, o museu do Titanic em Belfast, Irlanda do Norte tem como missão manter o legado do navio que foi construído no país por cerca de quinze mil homens. Segundo o blog Vem Viajar (2019) o museu que lembra a proa do navio foi erguido em cima do estaleiro *Harland and Wolff*. “É uma estrutura linda e moderna e faz com que você se sinta dentro do Titanic.” O museu conta com um site com todas as informações necessárias e recebe milhares de visitantes todos os anos.

FIGURA 15 – FACHADA DO MUSEU DO TITANIC – BELFAST



FONTE: Titanic Belfast (2021)

FIGURA 16 – INTERIOR DO MUSEU DO TITANIC EM BELFAST



FONTE: Google Imagens (2021)

Nesta fase ainda não é possível responder conclusivamente aos objetivos desta pesquisa, mas já é possível observar um certo potencial do Titanic como um todo, mas principalmente com o filme homônimo em inspirar pessoas inclusive no que se refere ao turismo e reitera o que foi apresentado mais acima neste trabalho.

## 2.5 MOTIVAÇÕES DO FILME TITANIC PARA VIAGENS DE TURISMO CINEMATOGRAFICO.

Além do museu do Titanic existem ainda outros empreendimentos turísticos inspirados no navio, um hotel , também em Belfast, inaugurado ao lado do museu. Segundo o *blog* Viajando por Viajar (2017), o hotel é considerado de luxo, conta com 119 quartos, foi inaugurado em 10 de setembro de 2017 e a obra do Hotel Titanic teria custado 38 milhões de libras.

FIGURA 17 - HOTEL DO TITANIC EM BELFAST



FONTE: Google Imagens (2021)

Além do hotel Titanic em Belfast, existe um outro com a mesma temática. De acordo com a *Época Negócios* (2015) na Turquia um mega resort, o Titanic Beach Lara que conta com cerca de quinhentos e cinquenta quartos também é inspirado

no RMS Titanic, inclusive a empresa turca responsável pela construção se chama *Titanic Hotels*.

FIGURA 18- RESORT TITANIC BEACH LARA NA TURQUIA



FONTE: Época Negócios (2015)

Com o intuito de atrair turistas, uma réplica do Titanic está sendo construída atualmente no interior da China, mais precisamente no sudoeste chinês, em Suining, segundo a folha de São Paulo (2021), o projeto terá um custo de cerca de 7,9 bilhões de reais, com inauguração prevista para o final de 2021. Su Shaojun, idealizador do projeto, acredita que a atração que será parte de uma parque temático dedicado ao que a Folha de São Paulo (2021) chamou de mítico navio, irá sim atrair turistas para o que o próprio Shaojun chama de sua "Titanic Land".

FIGURA 19 - RÉPLICA EM CONSTRUÇÃO EM PARQUE NA CHINA



FONTE: Google Imagens (2021)

Ainda de acordo com a matéria o criador do projeto afirma, que conta com ajuda de historiadores e especialistas na construção e apesar de ressalvas por parte de alguns, o empresário Shaojun segue otimista esperando receber cerca de dois a cinco milhões de turistas por ano.

No entanto, de todos os projetos voltados à atividade turística, o mais esperado e comentado é a construção do Titanic II, uma réplica do navio da *White Star Line* mas com todas comodidades que a tecnologia atual oferece. Conforme o Adorocinema (2019), a viagem inaugural do Titanic II está prevista para ocorrer em 2022, construído na China, o navio seguirá primeiro até Dubai de onde partirá para Southampton onde irá refazer o trajeto do primeiro Titanic.

Ainda segundo o Adorocinema (2019) a empresa responsável pela construção é a *Blue Star Line*, o presidente desta, afirmou que a réplica não será totalmente idêntica e contará com mais botes salva vidas e um sistema anti-iceberg.

Divulgado desde 2012 quando se completou o centenário do naufrágio, a construção do Titanic II sofreu alguns adiamentos por conta de imprevistos financeiros, segundo a Época negócios(2015) a primeira viagem já deveria ter acontecido em 2018 e na época já haveria um lista de espera com cerca de cinquenta mil pessoas.

FIGURA 20 - IMAGEM ILUSTRATIVA DO TITANIC II



FONTE: Google Imagens (2021)

Pôde-se observar que o Titanic ainda hoje é motivo de fascínio, seja RMS Titanic em si ou o principal filme inspirado por ele. Burgan (2004, p. 06) confirma ao dizer “que a história do Titanic inspirou muitos filmes e livros”.

Pode ser observado atualmente que alguns lugares viram seu potencial turístico aumentar com sua aparição em uma produção cinematográfica, no caso do Titanic, não se trata de um lugar mas sim de um grande objeto inanimado, mas que de alguma forma faz as pessoas sonharem em vários cantos do mundo e inspira projetos grandiosos o que faz o objeto de estudo desta pesquisa no mínimo ter grande potencial em várias áreas, incluindo a turística.

O filme Titanic de 1997, é um destes exemplos, pois ainda mantém uma boa bilheteria, influencia novos empreendimentos inspirados em seu legado e desperta o desejo de novas experiências e conhecimentos.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho teve como problemática: "O filme Titanic de 1997, motiva ou não as viagens de cruzeiros marítimos e seus passageiros na contemporaneidade?". Seguem abaixo os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho .

Para Veal (2011) a escolha de um método de pesquisa, faz parte de um planejamento e definição do projeto, no qual se escolhe no fim o que melhor se adapta ao tema estudado e ao desenvolvimento do trabalho. Para este estudo a pesquisa será de abordagem qualitativa, pois o ambiente é fonte direta de coleta de dados ( PRODANOV, FREITAS, 2013).

A pesquisa qualitativa é a que mais se enquadrar, pois por não ser quantitativa não foram necessários certos padrões e teorias, possibilitando que o projeto se torne mais abrangente, incluindo as questões que foram respondidas por meio de formulários, tornando o trabalho mais aberto a mudanças e novas informações.

#### 3.1 TIPOS DE PESQUISA

Uma pesquisa de caráter exploratório se enquadrar de maneira condizente, pois se trata de um assunto ainda não muito estudado (Oliveira, 2018). Uma pesquisa exploratória, segundo Gil (2002, p.41) tende a ser bastante flexível no que se refere a seu planejamento, o que possibilita levar em conta variados aspectos do tema estudado.

O quadro abaixo ajuda em uma melhor compreensão referente aos tipos de pesquisa empregados neste trabalho:

QUADRO 7 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE PESQUISA/TÉCNICAS DE PESQUISA
1. Descrever por meio da literatura definições de turismo, relacionar turismo e cinema, transportes de cruzeiros marítimos, cinema e	Pesquisa de caráter exploratório. Pesquisa qualitativa.

cruzeiros marítimos.	
2. Identificar como o cinema utiliza os meios de transportes marítimos como cenários de filmes.	Pesquisa de caráter exploratório. Pesquisa qualitativa.
3. Identificar a existência de estruturas de entretenimento construídas inspiradas no Titanic.	Pesquisa de caráter exploratório. Pesquisa qualitativa. Pesquisa online.
4. Verificar com o mercado turístico se existe uma procura por viagens de cruzeiros marítimos incentivada pelos filmes.	Pesquisa de caráter exploratório. Pesquisa qualitativa. Pesquisa online.
5. Discorrer sobre o filme Titanic de 1997 e sua importância para atividade turística tendo em vista propor um projeto de turismo.	Pesquisa de caráter exploratório. Pesquisa qualitativa.

FONTE: A autora (2021)

Com uma pesquisa de caráter exploratório e abordagem qualitativa, na primeira etapa foi feita uma pesquisa de gabinete com base documental e bibliográfica, na segunda etapa foi realizada a coleta de dados por meio de questionários e por fim os dados foram tabulados gerando os resultados que contribuíram para o propósito de se compreender o tema.

### 3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

A pesquisa referente a este trabalho foi primeiramente baseada em um referencial teórico que visa uma maior compreensão do assunto estudado, com a colaboração e o olhar de outros autores, pois para Lakatos e Marconi (2003, p. 225)

A citação das principais conclusões a que outros autores chegaram permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes. Tanto a confirmação, em dada comunidade, de resultados obtidos em outra

sociedade quanto a enumeração das discrepâncias são de grande importância. (LAKATOS E MARCONI,2003, p. 225)

O turismo e o cinema, temas centrais deste trabalho, foram discutidos por meio da pesquisa bibliográfica, utilizando livros, artigos acadêmicos, que discorrem sobre o assunto. Com a pesquisa documental procurou-se complementar o estudo do assunto abordado. Ela foi relevante para a realização desta pesquisa considerando que a temática da proposta a bibliografia ainda é incipiente.

De acordo com Gil (2002, p.46):

O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. Apenas cabe considerar que, enquanto na pesquisa bibliográfica as fontes são constituídas sobretudo por material impresso localizado nas bibliotecas, na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas e dispersas.(GIL, 2002, p.46)

Por se tratar de um tema não muito difundido, o uso de fontes mais variadas mostrou-se interessante para o andamento e conclusões do trabalho. No quadro abaixo apresentou-se o uso da pesquisa documental e bibliográfica que embasa e elucida o tema deste trabalho por meio dos objetivos específicos.

Para Lakatos e Marconi (2003, p.174) “a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.” O quadro acima enfatiza o uso de pesquisa documental de fontes primárias neste estudo, que pela escassez de material acadêmico condizente ao tema, se fez necessária. A utilização de variadas fontes como sites, blogs, jornais eletrônicos foi muito relevante para a elaboração desta pesquisa.

### 3.3 DELIMITAÇÃO DA POPULAÇÃO E PROCESSO DE AMOSTRAGEM

Os cruzeiros marítimos contam com um grande número de usuários nos dias atuais, por conta da pandemia de covid-19, esse segmento obrigou-se a paralisar suas atividades por um período mas com grandes perspectivas de retorno após pandemia. Os questionários desta pesquisa foram aplicados a pessoas de idades

variadas por meio de entrevistas online obtidas por meio de formulários enviados a redes sociais como *instagram* e *facebook* e emails.

Os respondentes foram em maioria pessoas que já participaram de um cruzeiro marítimo ou que tenham essa intenção, ou indivíduos que trabalham com esse segmento como agentes de viagem e consultores que lidam no seu dia a dia com a comercialização de viagens de cruzeiro marítimo.

### 3.4 TAMANHO DA AMOSTRA

Os formulários foram disponibilizados em grupos referentes ao tema em redes sociais como *facebook* e *instagram* e não houve um número limitado de respondentes, pretendeu-se que potenciais turistas e apreciadores de cruzeiros viessem a responder os questionários. Foram também realizadas entrevistas online com representantes de agências e operadoras que trabalhem com o segmento de cruzeiros marítimos. No caso dos formulários online, os entrevistados não foram nominados, não sendo necessário um termo de consentimento, diferente das demais entrevistas onde este deve ser emitido.

### 3.5 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados se trata de como os procedimentos metodológicos e os instrumentos foram utilizados neste trabalho. Os dados foram coletados a partir de sondagens online que foram realizadas por meio de questionários ( apêndice 1) por meio do *google forms* e que contavam com perguntas abertas e fechadas.

A coleta de dados por meio de questionários têm seus prós e contras, mas ainda assim é um método muito utilizado, Veal (2011) elucida que as sondagens com questionários normalmente envolvem apenas uma parte da população chamada de amostra, que representa a parcela da população de interesse do autor.

Acredita-se que a coleta de dados por meio de questionários foi uma melhor opção para se alcançar um maior número de participantes, desde agentes de viagens que trabalham com o setor de cruzeiros marítimos, passando por quem já

<sup>1</sup>teve a experiência de participar de um ou quem ainda não teve a oportunidade mas sonha com este tipo de viagem e também quem trabalha com cinema no dia a dia como professores universitários da área por exemplo.

### 3.6 TABULAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Após a finalização do período de coleta de dados, as respostas dos entrevistados foram tabuladas após serem transferidos para uma pasta digital na própria ferramenta do *google docs*. As perguntas fechadas foram analisadas também por meio do *google forms*.

As perguntas abertas foram analisadas por meio de observação e comparação das respostas obtidas e quantas vezes são citadas na pesquisa e contribuirão para um entendimento mais específico em determinados tópicos da pesquisa. Os resultados obtidos foram apresentados em gráficos e tabelas visando uma melhor compreensão visual dos dados coletados e as conclusões através do que foi obtido.

---

<sup>1</sup> Geralmente um formulário é preenchido pelo próprio entrevistado pessoalmente, segundo os métodos tradicionais de pesquisa o termo correto seria questionário, no entanto a pesquisa será aplicada através da ferramenta *google forms* que se autodenomina como um formulário, explicando a utilização do termo neste trabalho.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

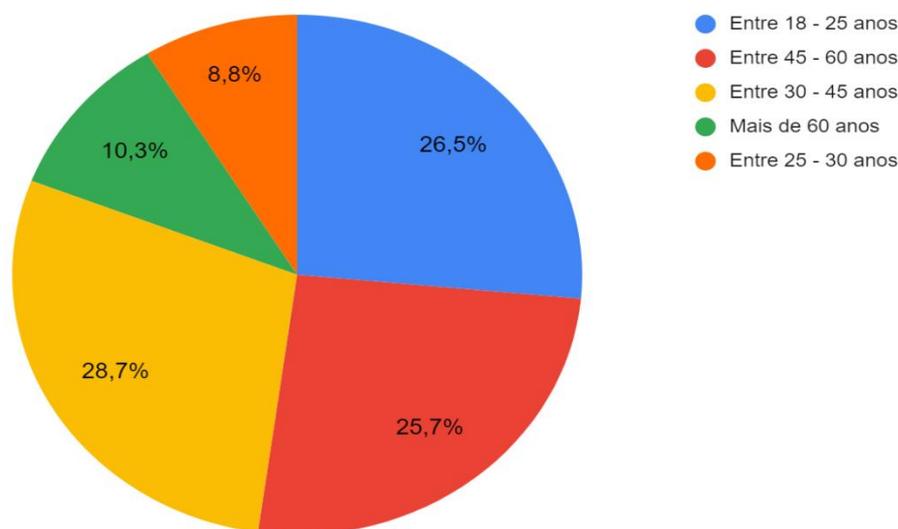
Nesta etapa foram analisados e discutidos os resultados obtidos após a aplicação das pesquisas de caráter exploratório e de campo, por meio de roteiros de entrevistas online via formulários *google* com o público em geral por meio da rede social *Facebook*, em grupos de viagens e cruzeiros, também dentro do próprio *Facebook* e pelo aplicativo *whats app*. Com os consultores de viagens, as perguntas também foram respondidas de forma online por meio de formulários *google*, enviados aos *e-mails* dos respondentes.

### 4.1 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS COM OS CONSUMIDORES EM GERAL.

Seguem abaixo os resultados obtidos de maneira online por meio de questionários elaborados através do *google forms* para os consumidores em geral e potenciais turistas por meio da rede social *Facebook* e aplicativo de mensagens *WhatsApp*, no total este questionário contou com 136 respondentes.

1 – Qual sua faixa etária?

GRÁFICO 1 – FAIXA ETÁRIA

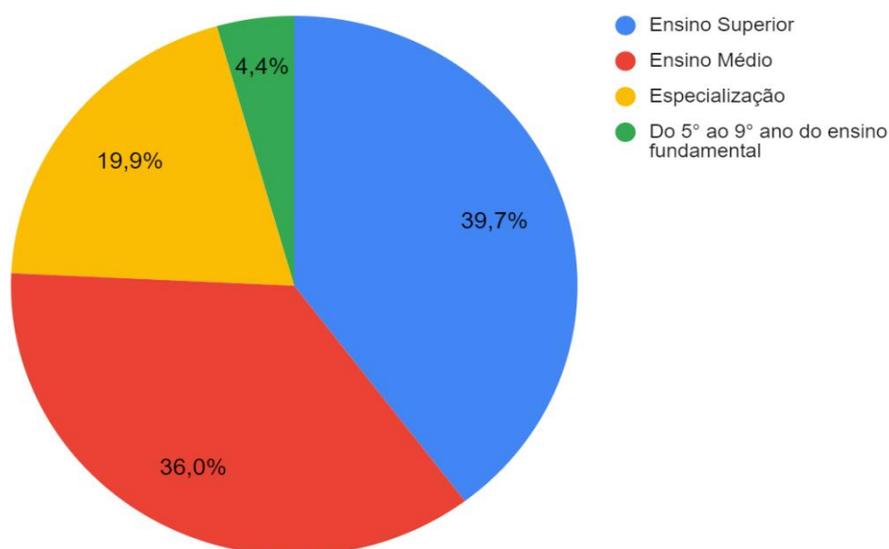


FONTE: A Autora

Como foi possível observar no gráfico acima, a idade dos entrevistados do público geral se concentrou mais em três faixas etárias, com 28,7 % dos respondentes tendo entre 30 e 45 anos o que equivale a 40 pessoas, enquanto 26,5 tem entre 18 e 25 anos de idade correspondendo a 37 indivíduos. Os respondentes com idades entre 40 e 60 anos que correspondem a 35 entrevistados estão representados por 25,7 % no gráfico. Por fim, os respondentes com idades entre 25 e 30 anos somados aos maiores de 60 anos estão representados no gráfico com 19,01% o que equivale a 26 indivíduos.

2 – Qual sua escolaridade?

GRÁFICO 2 – GRAU DE ESCOLARIDADE



FONTE: A Autora (2022)

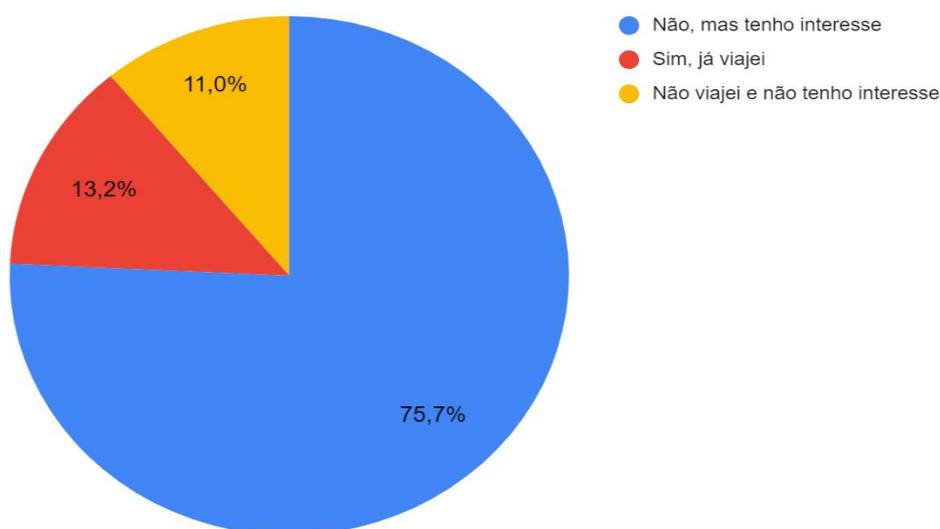
O intuito desta segunda pergunta é conhecer o perfil educacional dos entrevistados, e como é possível observar no gráfico acima, a maioria dos respondentes, mais precisamente 54 possuem ensino superior completo, o que corresponde a 39,7%, em seguida é possível observar que 49 respondentes possuem o ensino fundamental completo, o que em porcentagem corresponde a 36,0%, a seguir observa-se que 26 respondentes, cerca de 18,4% representados no

gráfico possuem especialização e por fim 6 entrevistados possuem ensino fundamental correspondendo a 4,4% na figura.

Observa-se que a grande maioria, correspondendo a quase 80 % dos entrevistados, possuem ou ensino médio ou ensino superior, esta questão como já especificado é apenas para conhecimento do perfil dos entrevistados e não tem relevância concreta para a pesquisa.

### 3 – Já viajou ou tem interesse em viajar em um cruzeiro marítimo?

GRÁFICO 3 – INTERESSE EM VIAGENS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS

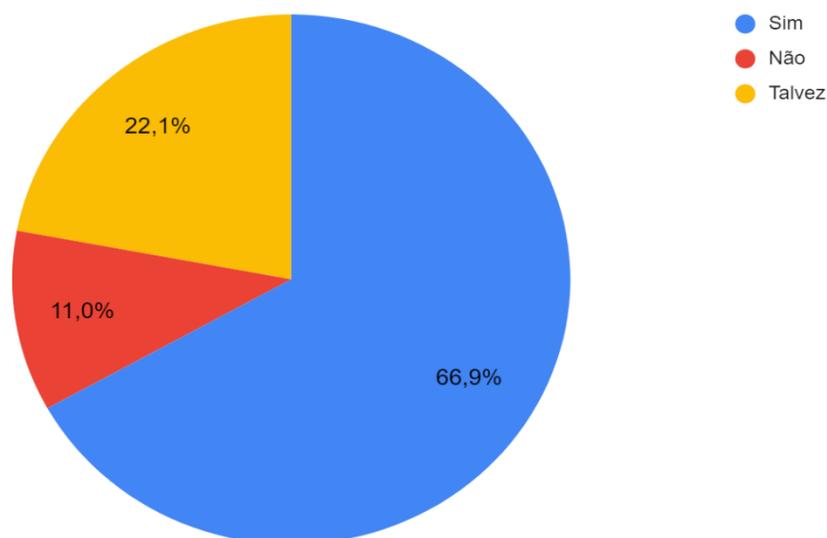


FONTE: A Autora (2022)

No terceiro gráfico observa – se que dos 136 entrevistados, 103 ainda não realizaram uma viagem de cruzeiro marítimo, no entanto demonstram interesse em participar de um, o que corresponde a 75,7 % dos respondentes, 18 entrevistados, cerca de 13,2 % representados no gráfico já viajaram em um cruzeiro marítimo e 15 respondentes afirmam nunca ter viajado em um cruzeiro e nem ter interesse em participar deste tipo de turismo, representando 11% na figura. É possível observar que a grande maioria dos respondentes, não participou deste tipo de viagem mas demonstra interesse pelo setor, somado aos que já fizeram um cruzeiro marítimo, percebe-se que 121 dos 136 entrevistados se interessam por este segmento de viagem.

4 – Ao assistir filmes com temática marítima ou sobre cruzeiros marítimos fica motivado à viajar em um?

GRÁFICO 4 – MOTIVAÇÃO PARA PARTICIPAR DE UM CRUZEIRO POR MEIO DE FILMES



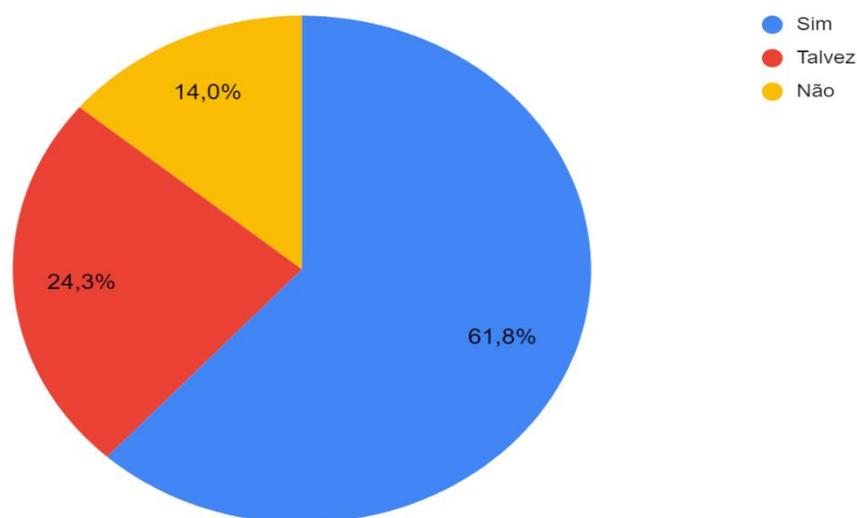
FONTE: A Autora (2022)

A quarta pergunta tem como objetivo observar a motivação pelas viagens de cruzeiro e se no caso os filmes com temática marítima ou de cruzeiros inspiram ou incentivam essas viagens, no gráfico acima é possível observar que 91 respondentes representando 66,9% sentem-se motivados a participar de um cruzeiro marítimo ao assistir um filme com temática similar, 22,1% afirmam que talvez se sintam inspirados a participar de uma viagem de cruzeiro ao assistir uma produção do gênero o que totaliza 31 entrevistados e 15 respondentes, 11,0% representados no gráfico afirmam não se sentirem motivados a viajar em um cruzeiro marítimo ao assistir um filme com esse tema.

Novamente observa-se que em sua maioria os respondentes expressam um interesse por viagens marítimas de cruzeiro e podem se motivar ao assistir uma produção cinematográfica de temática semelhante.

5 – Gostaria de realizar uma viagem com um roteiro inspirado em uma produção cinematográfica?

GRÁFICO 5 – VIAGEM COM ROTEIRO INSPIRADO EM UM FILME



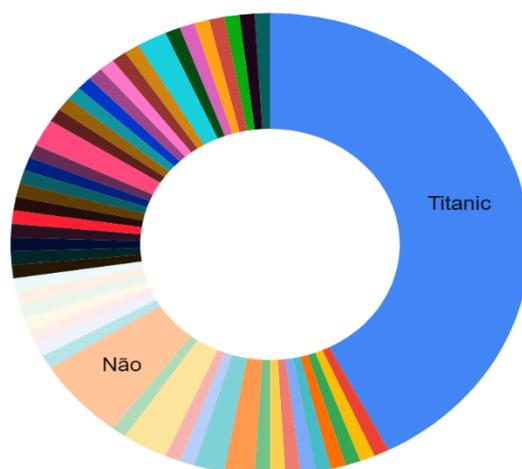
FONTE: A Autora (2022)

A quinta pergunta, um pouco mais abrangente, pretende compreender se existe um interesse por parte dos respondentes em viajar por um roteiro com inspiração em filmes, de acordo com o gráfico acima, 65 dos entrevistados que correspondem a 61,8% na imagem, tem interesse em roteiros de viagens inspirados em filmes, 34 entrevistados afirmam que talvez se interessem por uma viagem cujo roteiro tenha inspiração em uma produção cinematográfica o que corresponde a 24,3% no gráfico e 20 respondentes, 14,0% no total afirmam não se interessar por este tipo de roteiro.

Apesar desta última porcentagem, novamente é possível observar que o interesse pelos filmes no que se refere a viagens continua a se apresentar na maioria das respostas.

6 – Quando você pensa em cruzeiros marítimos, algum filme lhe vem à cabeça? Se sim qual?

GRÁFICO 6 – FILMES COM TEMÁTICA MARÍTIMA



FONTE: A Autora (2022)

A resposta da questão 6 não era obrigatória, sendo assim do total de 136 respondentes, 107 indivíduos responderam à pergunta acima, nesta questão fica implícito que caso o entrevistado não lembre de nenhum filme específico não necessitaria responder a mesma, no entanto 5,7% acabaram respondendo não e 1,9% responderam nenhum, o que corresponde a 10 respondentes.

Observa-se no gráfico que o filme Titanic é o mais citado, que estão representados por 42,5% dos entrevistados o que corresponde a 46 respondentes, essa porcentagem é específica para quem citou apenas o filme Titanic, ele ainda é citado outras 10 vezes, no entanto em conjunto com mais alguma produção, totalizando o número de 56 respondentes que ao pensar em um cruzeiro marítimo lembram do filme Titanic de 1997.

Outras 14 produções foram citadas, sendo SOS Mulheres ao Mar e Meu Passado me Condena, as mais lembradas depois de Titanic com nove entrevistados cada uma, abaixo um quadro com todas as produções citadas pelos respondentes na pesquisa.

QUADRO 8 – PRODUÇÕES COM TEMA MARÍTIMO CITADAS NA PESQUISA

Navio Fantasma
Batman o Cavaleiro das Trevas
Hotel Transilvânia 3

Das Transchiff (série alemã)
Tô Rica
Poseidon
SOS Mulheres ao Mar
Meu Passado me Condena
Tempestade em Alto Mar
Piratas do Caribe
Zack and Cody (seriado)
Batalha dos Mares
King Kong
Cruzeiro das Loucas

FONTE: A Autora (2022)

Abaixo uma nuvem de palavras onde é possível observar como o filme Titanic e as duas produções brasileiras se destacam em relação as demais.

QUADRO 9 - NUVEM DE PALAVRAS – FILMES COM TEMA MARÍTIMO CITADOS NA PESQUISA



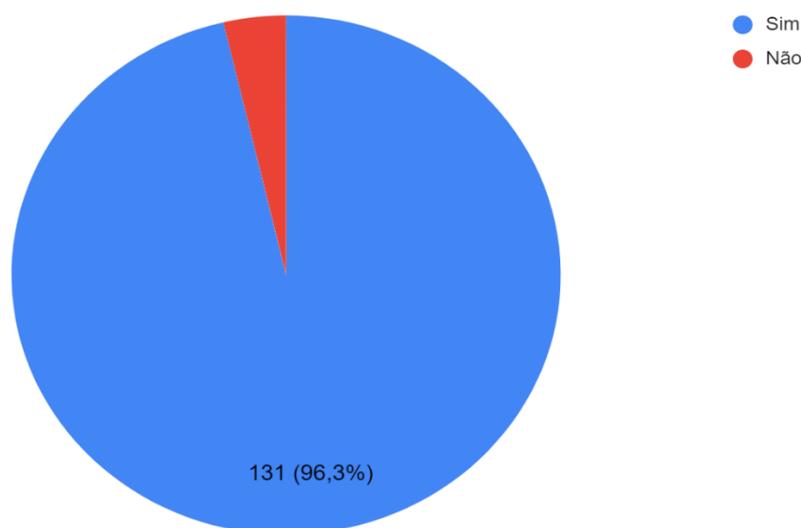
FONTE: A Autora (2022)

Percebe-se que Titanic é citado por um maior número de respondentes, no entanto pode-se perceber a força do cinema nacional com os filmes mais citados depois do Titanic, mais lembrados pelos entrevistados do que superproduções de *Hollywood*.

7 – Já assistiu ao filme Titanic de 1997?

Esta questão foi elaborada para observar até onde o filme Titanic chegou, pois apesar de seu sucesso, 25 anos se passaram e é importante saber se os entrevistados, mesmo que já tenham ouvido falar ou já tenham visto alguma imagem do navio ou do filme, já assistiram ou não a produção que é o principal objeto de estudo deste trabalho.

GRÁFICO 7 – RESPONDENTES QUE JÁ ASSISTIRAM O FILME TITANIC DE 1997

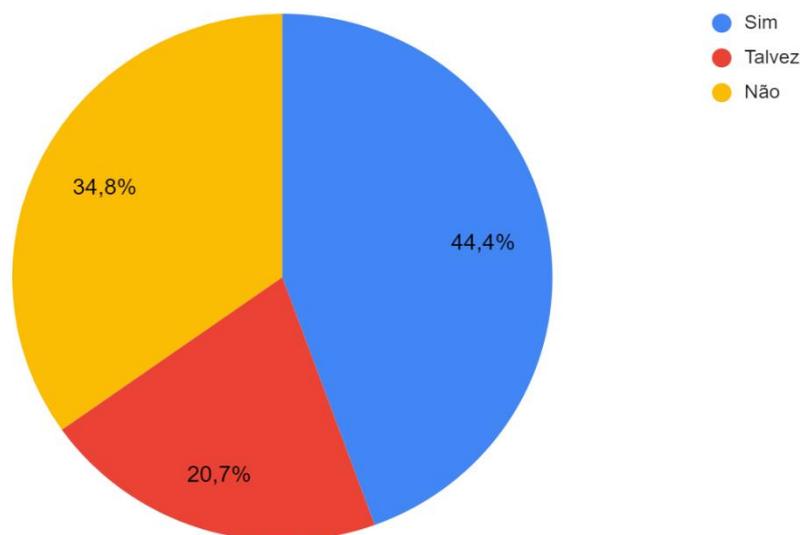


FONTE: A Autora (2022)

É possível observar no gráfico acima que apesar do filme Titanic de 1997 ter se tornado um fenômeno de bilheteria na época de seu lançamento, ele ainda não havia sido assistido, pelo menos até o período de realização desta pesquisa por 5 dos 136 respondentes o que corresponde a 3,7% dos entrevistados.

8 – Caso já tenha assistido o filme Titanic de 1997, ao assisti-lo sente-se motivado a viajar em um cruzeiro marítimo?

GRÁFICO 8 – MOTIVAÇÃO AO ASSISTIR O FILME TITANIC



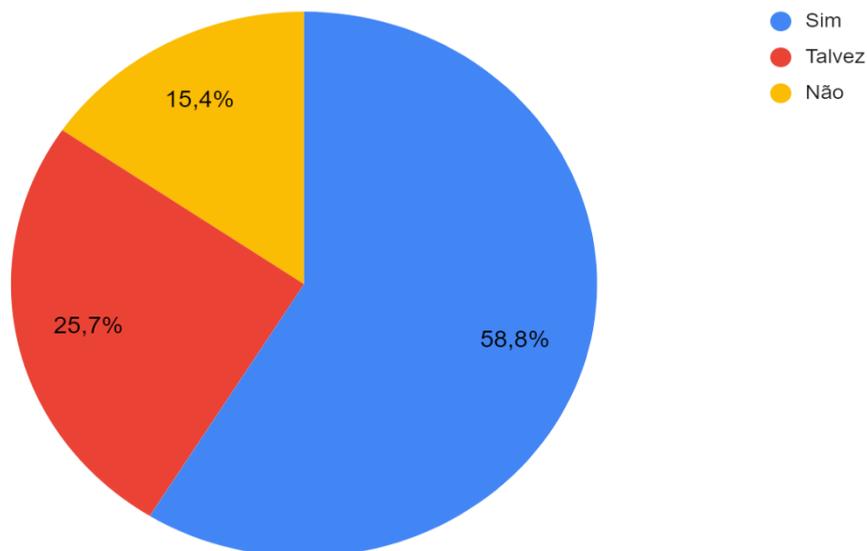
FONTE: A Autora (2022)

Dos 136 respondentes, é possível observar acima que para 60 entrevistados representados por 44,4% no gráfico, o filme pode ser fator de motivação para se viajar em um cruzeiro marítimo, enquanto para 28 indivíduos a opção talvez tenha prevalecido e ainda 47 respondentes afirmaram que o filme não é capaz de motivá-los a participar de uma viagem de cruzeiro o que corresponde a 34,8 % na figura acima.

Apesar da questão 7 também não ser obrigatória e de ter ficado implícito que apenas os que assistiram ao filme Titanic de 1997 deveriam responde-la, observa-se pelo gráfico que a quantidade de entrevistados que responderam chegou ao número de 135, o que significa que 4 dos 5 que afirmaram na pergunta anterior não terem assistido ao filme, também respondeu, o que acaba prejudicando em partes a tabulação e análise desta questão.

9 – Teria interesse em usufruir de serviços e empreendimentos inspirados pelo navio e pelo filme Titanic, como meios de hospedagem, parques temáticos e novas embarcações?

GRÁFICO 9 – INTERESSE EM EMPREENDIMENTOS INSPIRADOS PELO TITANIC



FONTE: A Autora (2022)

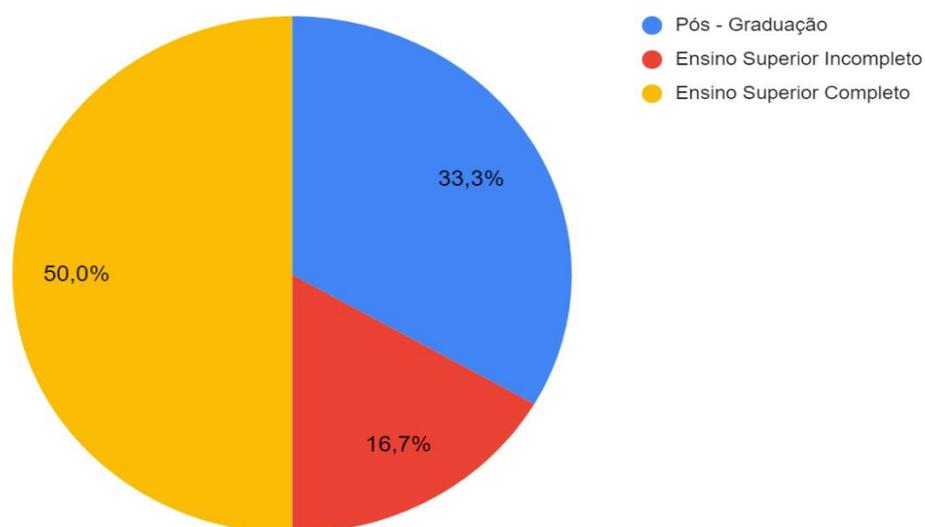
Como observa-se acima, dos 136 respondentes, 58,8 % o que corresponde a 80 pessoas teriam interesse em usufruir de empreendimentos e serviços inspirados pelo Titanic, enquanto 38 respondentes, ou 27,5% declararam que talvez tenham a intenção de fazer uso de tais produtos. Para 21 pessoas, ou 15,4% das respostas, os serviços apresentados não são atrativos.

#### 4.2 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS COM OS AGENTES E OPERADORES DE TURISMO.

No que se refere as entrevistas com os agentes e operadores de turismo, as mesmas também foram realizadas via *google forms*, dos cerca de 15 formulários enviados, seis foram respondidos. Abaixo seguem os dados obtidos:

1- Qual a sua escolaridade?

GRÁFICO 10 – ESCOLARIDADE DOS OPERADORES



FONTE: A Autora (2022)

Como pôde-se observar acima, dos seis entrevistados, 50%, o que equivale a três respostas possuem ensino superior e pós-graduação, enquanto outros 33,3% que representam mais dois respondentes possuem apenas ensino superior enquanto o terceiro entrevistado que representa 16,7 %, possui ensino superior incompleto.

## 2- Qual é a sua área de formação?

No que se refere a área de formação dos respondentes foram obtidas quatro respostas diferentes dentre os seis entrevistados que seguem transcritas no quadro abaixo:

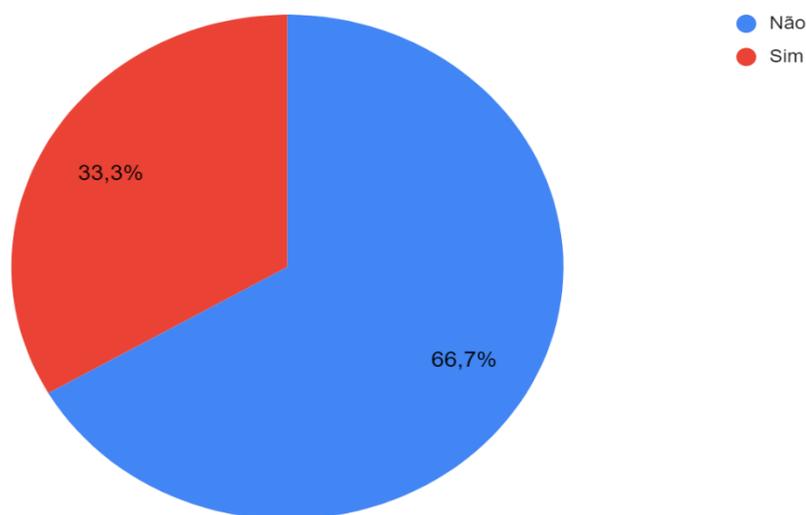
QUADRO 10 – ÁREA DE FORMAÇÃO DOS OPERADORES

Turismo
Turismo com ênfase em planejamento
Administração
Turismo
Agenciamento Operacional
Turismo

FONTE: A Autora (2022)

- 3- Como consultor de viagens, já teve alguma experiência com potenciais clientes que teriam se inspirado ou até mesmo citado o filme Titanic de 1997 ou algo referente ao navio na hora de elaborar um roteiro ou comprar um cruzeiro marítimo?

GRÁFICO 11 – EXPERIÊNCIA DOS AGENTES COM ALGO REFERENTE AO TITANIC



FONTE: A Autora (2022)

O gráfico acima nos apresenta, no que se refere a potenciais clientes inspirados a comprar pacotes ou roteiros inspirados pelo Titanic, que dos seis consultores entrevistados, apenas dois já tiveram contato com esse perfil de cliente, o que representa 33,3% na estatística, enquanto 66,7% dos respondentes que correspondem a quatro consultores, ainda não lidaram com potenciais interessados em serviços turísticos inspirados pelo Titanic.

- 4- Acredita que o filme Titanic de 1997 influenciou de alguma maneira o setor de cruzeiros marítimos? (Responda com suas palavras)

Sobre a influência do filme Titanic no setor de cruzeiros marítimos, as respostas foram variadas como é possível observar na tabela a seguir:

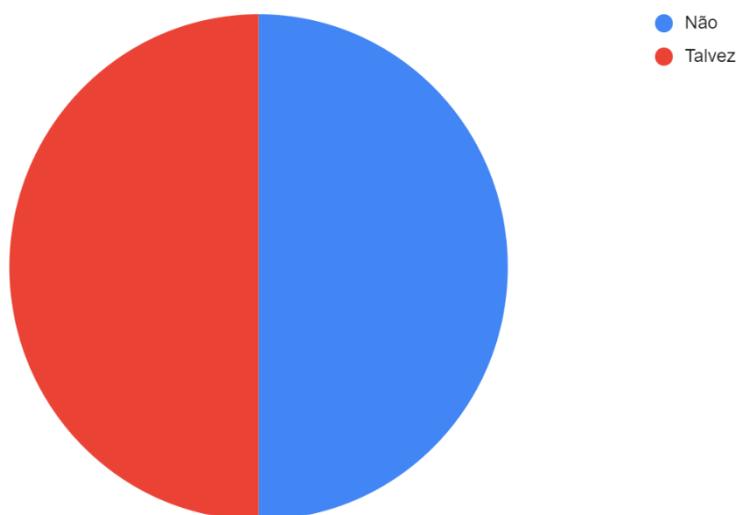
QUADRO 11 – INFLUÊNCIA DO TITANIC NO SETOR DE CRUZEIROS MARÍTIMOS

Aumentou um pouco o glamour, mas também causa medo em alguns.
De fato, mesmo com o naufrágio o Titanic trouxe o glamour de fazer um cruzeiro com o passar dos anos, tem diversificação em categorias, standard premium e luxo, não gosto de usar como base o Titanic pois acho uma imagem negativa de uma viagem que não deu certo.
Sim, após o lançamento do filme houve um aumento considerável na procura de cruzeiros. Coincidentemente, diversas cias. de cruzeiros começaram a navegar em águas brasileiras. Ou seja, além dos destinos internacionais, houve uma aproximação do produto cruzeiro marítimo para os brasileiros!
Sim
Não
Sim, inspira um mundo a parte

FONTE: A Autora (2022)

5- Acredita que o filme e o navio Titanic possam ser utilizados na divulgação de vos roteiros e cruzeiros marítimos?

GRÁFICO 12 – DIVULGAÇÃO DE ROTEIROS E CRUZEIROS POR MEIO DO FILME TITANIC



FONTE: A Autora (2022)

O gráfico acima apresenta que 50% dos respondentes, ou seja, três entrevistados não acreditam que o filme ou o navio Titanic possa vir a ser utilizado

na divulgação de novos roteiros e cruzeiros marítimos, enquanto os outros três respondentes acreditam que talvez esse cenário venha a ser possível, correspondendo a outros 50 % na estatística.

6- Já tinha conhecimento dos atuais empreendimentos inspirados no Titanic como o novo navio chamado Titanic II, o parque temático na China ou os meios de hospedagem na Irlanda do Norte e na Turquia? Se sim qual?

Quanto ao conhecimento prévio de estruturas e empreendimentos inspirados no objeto de estudo deste trabalho, as respostas novamente foram variadas e seguem no quadro abaixo:

QUADRO 12 – CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDIMENTOS BASEADOS NO TITANIC

Sim, mas o mercado no Brasil ainda é pouco sensível ao tema
Há alguns anos, sobre o navio Titanic II, depois não ouvi falar mais nada a respeito.
Sim
Não
Não
Há alguns anos, sobre o novo navio.

FONTE: A Autora (2022)

7- Acredita que que essas novas estruturas e projetos possam influenciar o mercado de cruzeiros marítimos? (Responda com suas palavras)

A sétima questão obteve duas respostas parecidas, onde os entrevistados acreditam que essas novas estruturas não tenham potencial de influenciar o mercado de cruzeiros marítimos, enquanto o terceiro respondente acredita em um cenário mais otimista neste quesito como observa-se no quadro a seguir:

QUADRO 13 – INFLUÊNCIA DESSAS NOVAS ESTRUTURAS NO MERCADO DE CRUZEIROS

Não ao mercado de cruzeiro, mas soma-se ao turismo temático. Mais uma opção.
Apesar do filme tratar de uma tragédia, mostrou um pouco da vida a bordo, se bem que da forma como funcionava antigamente, com uma diferença grande de classes.

Tudo que diz respeito a cruzeiros e navegação desperta sim o interesse e curiosidade neste tipo de viagem! Lembrando que existem diversos perfis de cias marítimas, que se adaptam com a exigência de cada cliente. Cruzeiros mais descolados, outros mais formais, outros voltados a destinos e gastronomia. É um setor muito abrangente, e tudo que desperta interesse nas pessoas pode influenciar sim!
Não
Acredito que sim, pois os cruzeiros marítimos e uma viagem muito completa e seguro, onde estamos em um resort flutuante com o diferencial onde conhecemos diferentes destinos.
Sim, desperta curiosidade.
Alguns podem vir a influenciar sim como o navio que está sendo construído, os outros nem tanto, mas podem influenciar outras áreas como hotelaria e lazer.

FONTE: A Autora (2022)

#### 4.3 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao término das entrevistas foi possível perceber, que para o público em geral o tema Titanic ainda é pertinente, o que corrobora aspectos já exibidos no marco teórico quanto a novos produtos inspirados pelo Titanic, tanto o filme de 1997, quanto o próprio navio.

Produtos esses voltados para o lazer e recreação, como no ramo da hotelaria e também produtos para o audiovisual, afinal pode ser percebido que Titanic de 1997 apesar demais conhecido, está longe de ser a única superprodução inspirada no RMS Titanic.

Apesar de o filme Titanic retratar uma tragédia, foi possível constatar que isso não é um empecilho para que se possa vir a usufruir de algo relacionado ao filme, pôde ser observado que a beleza do navio e todo misticismo em torno dele prevaleceram ao fato do mesmo ter naufragado, o que mais uma vez corrobora o marco teórico no que se refere a admiração curiosidade e ao status mítico que o nome Titanic remete a muitos quando lembram dele.

Quanto aos consultores de viagens entrevistados, o cenário mostrou-se um pouco mais cauteloso, o formulário com as perguntas foi enviado a cerca de 15

consultores, agencias e operadoras, no entanto apenas seis respostas foram obtidas.

Destes seis inquiridos, a maioria com formação em Turismo, as percepções foram mais generalistas, no entanto para a maioria não houve uma negativa concreta de que o Titanic não influencie a área, apenas de que talvez não influencie tanto a área de cruzeiros marítimos em específico, mas sim outras como a do entretenimento.

Pôde-se observar também que dentre os empreendimentos citados no trabalho, o mais conhecido é o novo navio que está sendo construído, conhecido como Titanic II, o que reitera a pesquisa e o projeto que virá a seguir de que o tema ainda precise de uma divulgação mais ampla.

Com as informações obtidas com os respondentes nas entrevistas, e com o que foi apresentado no marco teórico foi definido um projeto, que visa manter o legado do Titanic e também divulgá-lo para uma nova geração, que com as novas tecnologias e produções audiovisuais atuais possa considerar o filme Titanic ultrapassado, já que como observado na análise dos resultados os novos empreendimentos ainda não são do conhecimento de todos, inclusive dos agentes e operadores de turismo.

## 5 PROJETO DE TURISMO

O projeto apresentado nesta sessão visa proporcionar um maior conhecimento do tema principal abordado nesta pesquisa, no caso o filme Titanic de 1997 e até mesmo uma maior divulgação do mesmo e também do navio Titanic naufragado em 1912 e que influenciou a produção cinematográfica acima citada. Nesta etapa do trabalho estão descritas as etapas necessárias para a execução deste projeto como orçamento e tempo de retorno do investimento.

Destinado a um público alvo que já tenha alguma afinidade e pretende realizar um cruzeiro marítimo, principalmente pelo Reino Unido e também ao público que ainda não tem tanto conhecimento, mas que deseja obter maiores conhecimentos sobre o tema e aos agentes e operadores de turismo que como pode ser observado na análise dos resultados desconhece a grande parte dos empreendimentos relacionados ao Titanic. Com isso é reiterado a questão de se utilizar o projeto aqui proposto como uma forma de divulgar o nome Titanic para aqueles que ainda não estão familiarizados.

### 5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto proposto tem como objetivo a criação de uma ação promocional, uma estratégia de marketing direcionada ao público e a agentes e operadores brasileiros, por meio da distribuição de banners e folders de divulgação nos locais de venda no Brasil e também a criação de um aplicativo apresentando o roteiro com imagens e mapas. O objetivo é a divulgação de um roteiro pela cidade de Belfast na Irlanda do Norte, inspirado no Titanic já que a localidade tem uma história atrelada ao navio.

A princípio o projeto em si seria a criação de um roteiro pela capital da Irlanda do Norte, no entanto durante a pesquisa percebeu-se que o mesmo já existe e é realizado em parceria entre uma agência receptiva local X e uma companhia de cruzeiros X responsável por boa parte dos cruzeiros marítimos realizados na região. Somando-se a isso, no ano de 2022 completa-se 110 anos do fatídico naufrágio que pôs fim a viagem inaugural do Titanic, o que pode ser um motivo a mais para esta ação, pois apesar de triste é uma data que não deve ser esquecida e esta estratégia

de divulgação auxiliará aqueles que ainda não conhecem ou já não lembram mais destes fatos históricos.

A Irlanda do Norte se localiza na ilha da Grã-bretanha e faz parte do Reino Unido juntamente com a Inglaterra e País de Gales. Belfast fica a cerca de 530 Km de distância de Londres e foi escolhida para este projeto por estar muito ligada a toda história do Titanic desde a sua construção no estaleiro *Harland and Wolff* localizado em Belfast como já citado, abaixo é possível ter uma maior noção da distribuição dos países e cidades do Reino Unido.

FIGURA 21 – MAPA DO REINO UNIDO E REPÚBLICA DA IRLANDA



FONTE: Google (2022)

FIGURA 22– ITINERÁRIO DE CRUZEIRO PELO REINO UNIDO DA OPERADORA X.



FONTE: Google (2022)

O roteiro pela cidade de Belfast, segundo o site da operadora de cruzeiros X tem a duração de quatro horas. O aplicativo terá uma interface simples para que seja de fácil manejo pelos usuários, contendo mapas interativos, imagens e descrições dos locais visitados que segundo o site da operadora X são cinco como é possível observar abaixo:

QUADRO 14 – ATRATIVOS VISITADOS DURANTE O ROTEIRO

Titanic Belfast Museum
Grand Opera House
Queens University and Botanic Gardens Belfast City Hall
Belfast City Hall
Marble Statue

FONTE: A Autora (2022)

FIGURA 23 – TITANIC BELFAST



FONTE: Google Imagens (2022)

FIGURA 24 - GRAND OPERA HOUSE



FONTE: Google Imagens (2022)

FIGURA 25 – QUEENS UNIVERSITY AND BOTANIC GARDENS



FONTE: Google Imagens (2022)

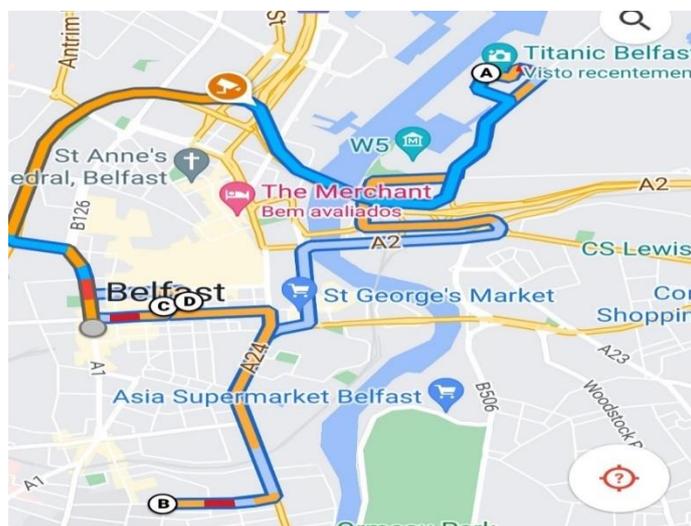
FIGURA 26 – MARBLE STATUE TITANIC MEMORIAL



FONTE: Google Imagens (2022)

Todos os atrativos ficam em um raio de 11 km, o que indica que o roteiro será feito com a ajuda um meio de locomoção que levará os turistas de um lugar ao outro, no entanto uma boa parte do trajeto será feita a pé, pois o site da operadora X indica o uso de roupas e principalmente sapatos confortáveis.

FIGURA 27 – MAPA DO ROTEIRO POR BELFAST



FONTE: Google Maps (2022)

Como acima citado, a intenção do projeto é a criação de um folder/banner para ser distribuído nos locais físicos de venda do itinerário de cruzeiro em questão pela operadora X no Brasil. O intuito do aplicativo é que ele fique disponível no próprio site da operadora X, por meio de um link ou de um QR Code, dando um maior destaque a esta excursão em específico, já que a mesma aparece atrelada a uma série de outros roteiros oferecidos pela empresa. Com um layout simples, disponibilizado tanto para Android quanto para iOS, o aplicativo *Discover Belfast* conta com uma tela inicial com um menu onde ao clicar se obtém acesso a cada sessão com ícones que levam o usuário a imagens e informações do roteiro, mapas interativos e imagens dos locais.

FIGURA 28 - PROTÓTIPO DO APLICATIVO - LAYOUT



FONTE: A Autora(2022)

FIGURA 29 – PROTÓTIPO DO APLICATIVO - DESCRIÇÃO



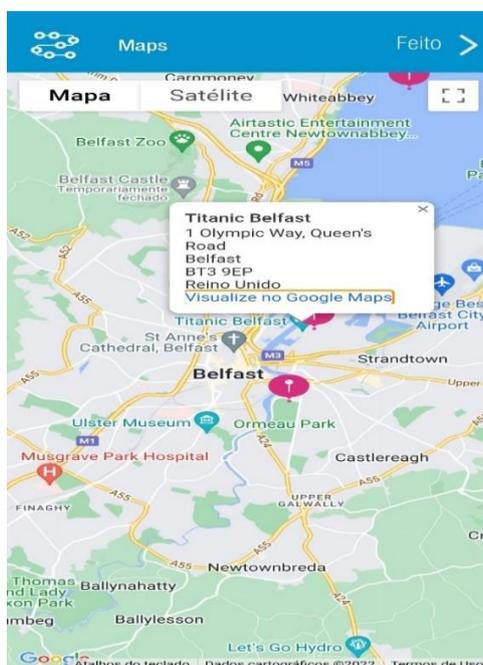
### Sobre este aplicativo

Este aplicativo é destinado a pessoas que estão interessadas em visitar a cidade de Belfast na Irlanda do Norte, dentro do aplicativo você irá encontrar:- uma lista de atrativos da cidade que fazem parte de um roteiro, como por exemplo o Museu do Titanic, destacando Belfast e sua história com o navio mais famoso do mundo.

Viajar

FONTE: A Autora (2022)

FIGURA 30 - PROTÓTIPO APLICATIVO – MAPA INTERATIVO



FONTE: A Autora (2022)

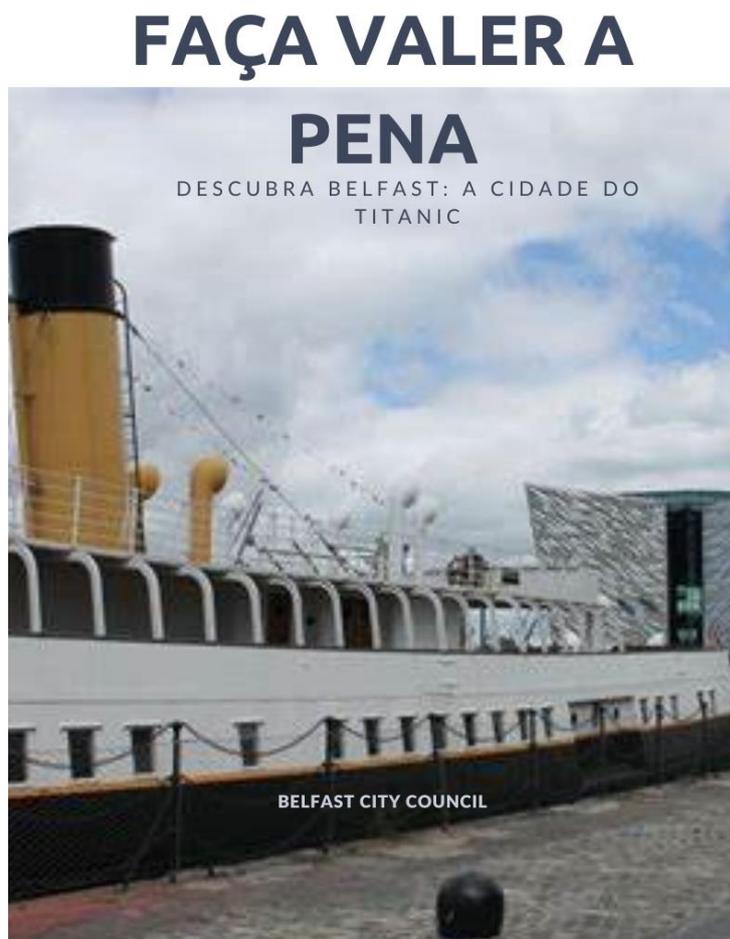
FIGURA 31 – TITANIC MUSEUM NO APP



FONTE: A Autora (2022)

O folder/banner que será distribuído nos locais de venda presenciais conta com uma imagem do Museu do Titanic, principal atrativo do roteiro e com a frase destacada “Faça valer a pena” em referência ao filme de 1997, logo abaixo a escrita acompanha o tema do aplicativo com o slogan Descubra Belfast a cidade do Titanic, no caso dos folders optou-se pelo uso do idioma português, pois a divulgação será em locais de venda no Brasil. Logo abaixo aparece o site da prefeitura da cidade, caso o usuário necessite de mais informações.

FIGURA 32 - PROTÓTIPO FOLDER/BANNER



FONTE: A Autora (2022)

## 5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Em relação a execução do projeto, e em relação aos recursos e custos necessários, inicialmente ocorrerá a elaboração do texto e design para o cartaz/folder que contará com a consultoria de um turismólogo, depois deverá ser definida a quantidade necessária para que ocorra uma boa distribuição e divulgação do material que também poderá ser utilizado de forma online. Também será necessário a contratação de um programador/ desenvolvedor já que será criado um aplicativo para a divulgação do roteiro e um tour virtual para que os futuros consumidores possam ter uma noção dos atrativos.

### 5.2.1 Descrição das Etapas para Execução do Projeto

O projeto será desenvolvido em etapas que serão apresentadas abaixo, a estimativa é que desenvolvimento dos folders seja mais rápido, no entanto o do aplicativo tende a ser um pouco mais demorado e deverá levar cerca de três meses para ser concluído, segue abaixo o cronograma de atividades.

QUADRO 15 – CRONOGRAMA DE ETAPAS DAS ATIVIDADES

Atividade/Mês	1	2	3
Apresentação do Projeto a operadora X e busca de parcerias			
Definir as equipes que desenvolverão os folders e o aplicativo			
Elaboração do Folder e do app			
Teste do app e impressão dos folders			
Implementação do aplicativo e distribuição dos folders			
Manutenção do aplicativo e acompanhamento de resultados do projeto			

FONTE: A Autora (2022)

Como observa-se acima, dentro de três meses é possível que tanto os folders quanto o aplicativo já estejam em funcionamento, divulgando o roteiro da operadora X e já rendendo resultados para serem avaliados.

### 5.2.2 Descrição dos recursos humanos e orçamento envolvidos no projeto

Para a realização do projeto como um todo será necessário a contratação de um turismólogo pelos dois primeiros meses, para consultoria e auxílio na elaboração do texto dos folders e do aplicativo, também será necessário a contratação de um designer gráfico também para idealizar a arte exibida nos folders e de uma gráfica para a impressão dos mesmos.

No que se refere ao aplicativo, deverão ser contratados, um designer de produto, um analista de sistemas, um programador/desenvolvedor e ainda haverão os custos de hospedagem deste aplicativo na *Play store* e *App store*.

QUADRO 16 – DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS E MESES TRABALHADOS

Profissional/Meses Trabalhados	1	2	3
Turismólogo			
Designer Gráfico			
Designer de Produto			
Programador/Desenvolvedor			
Analista de Sistemas			
Hospedagem do app			
Implementação App Store			
Implementação Play Store			
Gráfica			

FONTE: A Autora (2022)

Alguns profissionais necessários para a elaboração deste projeto participarão apenas das etapas iniciais como os designers gráfico e de produto e os serviços da gráfica, hospedagem e implementação do aplicativo serão utilizados na última etapa, no entanto para uma elaboração rápida e com qualidade, é recomendado que o turismólogo, o programador e o analista de sistemas participem de todo o processo com duração de três meses. Abaixo é possível ter uma noção dos custos necessários para a contratação dos profissionais que irão trabalhar para a elaboração do projeto proposto neste trabalho.<sup>2</sup>

QUADRO 17 – ORÇAMENTO

Atividade	Custo
Turismólogo	R\$ 2500,00 mensais
Designer Gráfico	R\$ 2000,00 (pagamento único)
Designer de produto	R\$ 2900,00 (pagamento único)
Programador	R\$ 4000,00 mensais
Analista de Sistemas	R\$ 3500,00 mensais
Hospedagem do App	R\$ 1000,00 mensais

<sup>2</sup> As médias salariais apresentadas na sessão de custos e orçamentos acima foram obtidas através de pesquisas em *sites* como Sebrae e Glassdoor.

Implementar app na App Store	R\$ 420,05 anuais
Implementar app no Play Store	R\$ 106,07 ( pagamento único)
Impressão dos Folders ( 1000 unidades)	R\$ 400,00 ( 0,40 centavos por unidade)
<b>Custo Total</b>	<b>R\$ 37.826,14</b>

FONTE: A Autora

Diante do que a tabela acima apresenta, é possível observar que a maioria dos custos deste projeto se enquadra na modalidade de custos fixos como os salários dos profissionais por exemplo, o que nos apresenta um valor de R\$ 36.900,02 de custos fixos para este projeto. Enquanto os custos variáveis, que envolvem a área de serviços prestados, como a impressão dos folders por exemplo, representam uma pequena porcentagem no que se referem aos custos desta proposta, com um valor de R\$ 926,12.

### 5.2.3 Avaliação do retorno do investimento

Considerando que o projeto aqui proposto terá um custo inicial de R\$ 37.826,14 reais, já que o intuito é uma ação de marketing em território brasileiro. Uma excursão vendida pela empresa X em parceria com a agência receptiva em Belfast, custa atualmente R\$ 545,54 por pessoa para adultos e R\$ 422,20 para crianças. Considerando que a operadora X obtenha um lucro de 25% sobre o valor das excursões para adultos e que cada excursão leve no mínimo 10 turistas a cada 10 dias (duração do cruzeiro), seria possível um retorno do investimento em cerca de dez meses com um lucro de R\$ 40.915,50 reais, esse período de retorno deve-se principalmente ao fato de a princípio contabilizar apenas dez turistas realizando o passeio.

Esse número foi estabelecido por se tratar de um roteiro diferente e em fase de divulgação. Em um cenário ideal, uma parceria seria formada, e um patrocinador financiaria os custos do projeto, o que transformaria esta ação em uma proposta de cunho social e principalmente cultural auxiliando na divulgação no nome Titanic.

## 6 CONCLUSÕES FINAIS

Com este estudo foi possível compreender melhor como um fato histórico ocorrido há mais de cem anos e o filme que estreou há quase 25 anos e que conta sua história podem ainda influenciar de alguma maneira na motivação de turistas, e também de empreendedores, pois é notório como o nome Titanic se tornou uma espécie de marca ao longo dos tempos.

Esta pesquisa tem o objetivo de elucidar os temas estudados por meio dos objetivos apresentados nesta. Quanto ao cenário atual dos cruzeiros marítimos, apesar do momento complicado por qual passa o mundo com a pandemia de covid 19, o setor turístico, incluindo o de cruzeiros, já apresenta sinais de recuperação e fato é que ambos os lados, seja o próprio turista ou o prestador de serviços turísticos, estão ansiosos por isso.

A procura por cruzeiros marítimos cresceu muito nos últimos anos, segundo a CLIA Brasil em matéria do Valor Econômico (2018) o setor ganhará mais 132 navios, significando 261 mil leitos a mais até 2027. Mas será possível isso ter uma correlação com um fato ocorrido há mais de cem anos? De acordo com Amorim, Andrade, Tarlow Et al. (2012) empreendimentos voltados ao turismo de qualidade, no qual se encontram os cruzeiros marítimos, parte importante desta pesquisa, tem pessoas muito qualificadas, sempre buscando novas tendências e novidades. No entanto, qual a real importância e relevância do tema pesquisado e aprofundado neste trabalho?

Com o marco teórico, através de pesquisa bibliográfica e principalmente documental foi possível conhecer um pouco mais sobre o turismo e o cinema e como se relacionam através da imagem, também foi possível conhecer melhor sobre os primeiros cruzeiros marítimos e finalmente aprofundar-se um pouco mais na trágica história do RMS Titanic e no filme de maior sucesso inspirado por ele.

E com a próxima etapa espera-se que seja ainda mais elucidado e compreendido por meio da pesquisa aplicada com os entrevistados. Vale salientar a dificuldade enfrentada no que se refere a pesquisa bibliográfica e documental, tanto pela escassez de materiais acadêmicos sobre o tema e também pelo período em que este trabalho foi desenvolvido, durante a pandemia de covid- 19.

Com a análise dos resultados obtidos na pesquisa foi possível observar que os respondentes do público geral apesar de muitas vezes não conhecerem novos projetos inspirados no Titanic, demonstraram ter curiosidade e vontade de vir a usufruir de algum serviço ou entretenimento inspirado no filme e no navio. Quanto aos agentes e operadores, que responderam em número bem menor, as opiniões foram mais divididas no que se refere principalmente ao potencial que o filme tem para atrair pessoas nos dias atuais, a viajarem e consumirem produtos turísticos e de entretenimento baseados na trágica história do naufrágio e no filme de James Cameron.

No entanto, em ambas as pesquisas ficou claro que apesar de o evento em si, o naufrágio ocorrido em 14 de abril de 1912 ser de conotação triste, a maioria dos respondentes não se atrelou a isso quando pensou no Titanic, o que apresenta um cenário positivo para o futuro do legado do Titanic.

O projeto que foi proposto neste trabalho visa ajudar na divulgação do nome Titanic ao propor uma estratégia de marketing para um roteiro que tem tudo a ver com tema deste trabalho e pode vir a ser aplicado em outros cenários e roteiros inspirados pelo RMS Titanic e pela produção cinematográfica de 1997 inspirada no mesmo.

Por se tratar de um assunto ainda não tão difundido, a sugestão para novos estudos sobre o tema é de grande valia para uma maior compreensão do futuro acerca do tema, afinal em breve o Titanic II fará sua viagem inaugural e provavelmente trará o nome Titanic para as mídias novamente, pois como a personagem Rose DeWitt Bukater explanou em uma cena do filme: “O Titanic se chamava o *navio dos sonhos*”. “E era”. “Realmente era”.

## REFERÊNCIAS

A história dos cruzeiros: como tudo começou. **Quero navegar**. Disponível em: <A história dos cruzeiros: como tudo começou - Quero Navegar > Acesso: 07 de junho de 2021.

A HISTÓRIA dos cruzeiros. **DW Mind for minds**. Disponível em: <A história dos cruzeiros | Veja todo o conteúdo audiovisual publicado na mediateca | DW | 22.01.2016 > Acesso: 07/06/2021.

A história do Titanic. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <A história do Titanic (uol.com.br)> Acesso em: 18 de julho de 2021.

AVENTURAS na história. **Uol**. Disponível em: <Aventuras na História - O peculiar livro que previu o desastre do Titanic — mais de dez anos antes da tragédia (uol.com.br)> Acesso em: 26 de julho de 2021.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 2014.

BLOCKBUSTER: as 10 maiores bilheterias de todos os tempos. **Forbes**. Disponível em: Blockbuster: as 10 maiores bilheterias de todos os tempos - Forbes Brasil Acesso em: 26 de julho de 2021.

BRITANNIC. **Titânicos em Ação**. Disponível em: < Britannic – Titânicos em Ação (wordpress.com)> Acesso em 27 de julho de 2021.

BURGAN, Michael. **The Titanic**. 2004.

CINEMA PARADISO. Disponível em: <Rent A Night to Remember (1958) film | CinemaParadiso.co.uk> Acesso em 19 de julho de 2021.

CLIA BRASIL. Disponível em: <CLIA\_v11.pdf (abremar.com.br)> Acesso em: 05 de agosto de 2021.

COMO foi o naufrágio e a redescoberta do Titanic. **National Geographic**. Disponível em: <Como foi o naufrágio e a redescoberta do Titanic | National Geographic (national geographic brasil.com)> Acesso em: 18 de julho de 2021.

CRUZEIROS marítimos injetaram R\$ 2 bilhões na economia brasileira. **Valor Econômico**. Disponível em: <Cruzeiros marítimos injetaram R\$ 2 bilhões na economia brasileira | CLIA Brasil | Valor Econômico (globo.com)> Acesso em: 27/07/2021.

DI RONÁ. **Transportes no turismo**. São Paulo.2002.

DW mind for minds. Disponível em: <https://p.dw.com/p/1HiRg> Acesso: 07 de junho de 2021.

E o vídeo levou: **Centro de entretenimento**. Disponível em: <:: E O Vídeo Levou :: Centro de Entretenimento (eovideolevou.com.br)> Acesso em: 18 de julho de 2021.

EMPRESA inaugura na Turquia hotel de luxo inspirado no navio Titanic. **Época Negócios**. Disponível em: <Empresa inaugura na Turquia hotel de luxo inspirado no navio Titanic - Época Negócios | Ação (globo.com)> Acesso em: 07 de junho de 2021.

FICHA técnica /Titanic - 1997.**Entreter-se**. Disponível em:< Ficha Técnica | Titanic (1997) - Entreter-se (entreter se.com.br)> Acesso em: 26 de julho de 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.Ed. São Paulo. 2002.

HIRATA, Fernanda Akemi; BRAGA, Débora Cordeiro. **Demanda Turística e o estudo sobre a motivação**. Boa Vista. Editora da UFRR. 2017.

HISTÓRIA do cinema. **História de tudo**. Disponível em: <História do Cinema - História de Tudo (história de tudo.com)> Acesso em: 28 de julho de 2021.

HOTEL inspirado no Titanic é aberto em Belfast. **Viajando por Viajar**. Disponível em:< Viajando por Viajar, por Flavio Del Mese » Arquivo » HOTEL INSPIRADO NO TITANIC É ABERTO EM BELFAST (clicrbs.com.br) > Acesso em: 20 de julho de 2021.

LISTA de filmes do Titanic. **Titanic em Foco**. Disponível em: TITANIC EM FOCO: Lista de filmes do Titanic Acesso em : 20/07/2021.

LIVRO revela vida conturbada do dono do Titanic após acidente. **Terra**. Disponível em:< Livro revela vida conturbada do dono do Titanic após acidente (terra.com.br)> Acesso em: 04 de agosto de 2021.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**.7. ed. Petrópolis, RJ. 2018.

OMELETE. Disponível em: Home | Omelete Acesso em: 17 de julho de 2021.

MARCONI, Marina de Andrade LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo.2003.

MARK TWAIN BIOGRAPHY. Disponível em:<Mark Twain Biography timeline | Timetoast timelines > .Acesso: 18 de julho de 2021.

MASCARELLO, Fernando. **História do Cinema Mundial**. Papyrus Editora. 2015

MTUR formaliza grupo de estudo cinematográfico. **Ministério do Turismo**. Disponível em: <MTur formaliza Grupo de Turismo Cinematográfico — Português (Brasil) (www.gov.br)> Acesso em: 28 de julho de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo de sinergia e desenvolvimento entre as indústrias do turismo e audiovisuais brasileiras**. Disponível em: <ESTUDO DE

SINERGIA E DESENVOLVIMENTO ENTRE AS INDÚSTRIAS DO TURISMO & AUDIOVISUAL BRASILEIRAS | Passei Direto>Acesso em: 28 de julho de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado**. 2010. Disponível em< Livreto Segmentação do turismo .indd>. Acesso em: 04 de agosto de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cinematográfico Brasileiro**. Disponível em: <Turismo&audiovisual MONT.qxp> . Acesso em: 04 de agosto de 2021.

MINORU Fujita, Dennis; FRANCO de Andrade Júnior, Heitor. Cruzeiros marítimos: histórico, evolução e tipologia voltados à hospitalidade comercial. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. Rio de Janeiro, p. 01-30, dez. 2014.

NASCIMENTO, Flávio Martins e; **Cineturismo**. São Paulo. Aleph. 2011.

NOVA versão do navio Titanic será lançada em 2022. Adoro cinema. Disponível em: <Nova versão do navio Titanic será lançada em 2022 - Notícias de cinema - AdoroCinema> Acesso em: 26 de julho de 2021.

OMT. Disponível em: <Home | UNWTO> Acesso em: 05 de agosto de 2021.

O museu do Titanic em Belfast. Tô longe de casa. Disponível em: <O Museu do Titanic em Belfast | Tô Longe de Casa (tolongedecasa.com)> Acesso em 07 de junho de 2021.

O polêmico caso do SS Californian. **Museu Marítimo**. Disponível em: <O polêmico caso do 'SS Californian' (museu marítimo.com.br)> Acesso em 19 de julho de 2021.

PENNA, Mayumi Oka. **Navios no Cinema: A desmistificação da catástrofe por meio dos filmes de comédia**. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora. 2016.

PEREIRA, Paulo César Xavier; SPOLON, Ana Paula Garcia. **Turismo, hotelaria e imagem urbana: a construção e o consumo de espaços de simulação**. Vol. XI, núm. 245 (59), 1 de agosto de 2007.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RMS Olympic. **Titânicos em Ação**. Disponível em: <RMS Olympic – Titânicos em Ação (wordpress.com)> Acesso em: 27 de julho de 2021.

RÉPLICA do Titanic é construída na China como parte de parque temático. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <Réplica do Titanic é construída na China como parte de parque temático - 14/05/2021 - Você viu? - F5 (uol.com.br)> Acesso em: 18 de julho de 2021.

SANTOS, Paulo Pereira dos, et al. **A história e a importância do transporte para o turismo**. 6º Congresso Brasileiro de Sistemas. 2010. Unioeste. Foz do Iguaçu.

SILVA Rejane dos Santos Et al. **Turismo e cinema: ferramenta de promoção turística a partir do filme “sete anos no Tibete”**. Revista Rosa dos Ventos. Caxias do Sul. Jul. Dez. 2011 vol. 3, n.º3.

SOMOS fascinados pelo Titanic. **Titânicos em Ação**. Disponível em: <Titânicos em Ação – Somos fascinados pelo Titanic (wordpress.com)>

TITANIC BELFAST. Disponível em: Titanic Belfast Acesso: 07 de junho de 2021.

TITANIC: Curiosidades. Adoro cinema. Disponível em: <www.adorocinema.com/filmes/filme-5818/curiosidades/> Acesso em: 27 de julho de 2021.

TITANIC II fará viagem inaugural em 2018 e já tem fila de espera com 50 mil pessoas. **Época Negócios**. Disponível em: <Titanic II fará viagem inaugural em 2018 e já tem fila de espera com 50 mil pessoas - Época Negócios | Ação (globo.com) > Acesso em: 20 de julho de 2021.

TITANIC, filme 1997. Adoro cinema. Disponível em: <Titanic - Filme 1997 - AdoroCinema> Acesso em: 18 de julho 2021.

TITANIC o filme. **Titânicos em Ação**. Disponível em: <Titanic o Filme – Titânicos em Ação (wordpress.com) > Acesso em: 27 de julho de 2021.

TRIGO, L. G. G. Viagens e turismo: dos cenários imaginados às realidades disruptivas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 14 (3), p. 1 - 13, set./dez. 2020.

VÁRIOS autores. **Abordagem multidisciplinar dos cruzeiros marítimos**. 1 ed. 2012.

VÁRIOS Colaboradores. **Introdução ao Turismo**/ direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodriguez Corner. - São Paulo. Roca. 2001.

VEAL, A.J; **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**; tradução Gleice Guerra; Mariana Aldrigui. São Paulo. Aleph. 2011.

VISITA ao museu onde foi construído o Titanic. **Vem Viajar**. Disponível em: < Visita ao museu onde foi construído o Titanic, em Belfast - Vem Viajar (blog vem viajar.com.br) > Acesso em: 25 de julho de 2021.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA O PÚBLICO GERAL

1 - Qual a sua faixa etária?
2 - Qual a sua escolaridade?
3 - Já viajou ou tem interesse em viajar em um cruzeiro marítimo?
4 - Ao assistir filmes com temática marítima ou sobre cruzeiros fica motivado a viajar em um?
5 - Gostaria de realizar uma viagem com um roteiro inspirado em uma produção cinematográfica?
6 – Quando você pensa em cruzeiros marítimos, algum filme lhe vem a cabeça? Se sim qual?
7 – Já assistiu o filme Titanic de 1997?
8 – Caso já conheça o filme Titanic de 1997, ao assisti-lo sente-se motivado a viajar em um cruzeiro marítimo?
9 – Teria interesse em usufruir de serviços e empreendimentos na contemporaneidade inspirados pelo navio Titanic e pelo filme Titanic, como meios de hospedagem, parques temáticos e novas embarcações?

### APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA CONSULTORES DE VIAGENS

1 - Qual a sua escolaridade?
2 - Qual a sua área de formação?
3 – Como consultor de viagens, já teve alguma experiência com potenciais clientes que teriam se inspirado ou até mesmo citado o filme Titanic de 1997 ou algo referente ao navio na hora de elaborar um roteiro?
4 – Apesar de ser baseado em uma história com um desfecho triste, acredita que o filme Titanic de 1997 influenciou de alguma maneira o setor de cruzeiros marítimos?
5 – Acredita que o filme e o navio Titanic possam ser utilizados na divulgação de novos roteiros e cruzeiros marítimos?
6 – Já tinha conhecimento dos atuais empreendimentos inspirados no Titanic como o novo navio chamado Titanic II, o parque temático na China ou os meios de hospedagem na Irlanda do Norte e na Turquia?
7 – Acredita que essas novas estruturas e projetos possam influenciar o mercado de cruzeiros marítimos?

## ANEXOS

### ANEXO A - INDICAÇÕES E PRÊMIOS DO FILME TITANIC

OSCAR 1998	
Melhor filme	Venceu
Melhor diretor - James Cameron	Venceu
Melhor fotografia	Venceu
Melhor direção de arte	Venceu
Melhor figurino	Venceu
Melhor som	Venceu
Melhor edição	Venceu
Melhor trilha sonora	Venceu
Melhor canção original - My heart will go on	Venceu
Melhores efeitos sonoros	Venceu
Melhor atriz coadjuvante - Gloria Stuart	Venceu
Melhor atriz - Kate Winslet	Indicação
Melhor maquiagem	Indicação

FONTE: Site Entreter-se (2021)

BAFTA 1998	
Melhor filme	Indicação
Melhor diretor - James Cameron	Indicação
Melhor trilha sonora	Indicação
Melhor fotografia	Indicação
Melhor figurino	Indicação
Melhor maquiagem	Indicação
Melhor cenografia	Indicação
Melhor som	Indicação
Melhor edição	Indicação

Melhores efeitos especiais	Indicação
----------------------------	-----------

FONTE: Site entreter-se (2021)

CÉSAR 1998	
Melhor filme estrangeiro	Indicação
EUROPEAN FILM AWARDS 1998	
Melhor atriz - Kate Winslet - voto popular	Venceu
MTV MOVIE AWARDS 1998	
Melhor filme	Venceu
Melhor ator - Leonardo Dicaprio	Venceu
Melhor atriz - Kate Winslet	Indicação
Melhor vilão - Billy Zane	Indicação
Melhor beijo - Kate Winslet e Leonardo Dicaprio	Indicação
Melhor dupla - Kate Winslet e Leonardo Dicaprio	Indicação
Melhor sequência de ação	Indicação
Melhor canção original " My heart will go on"	Indicação
GRAMMY 1998	
Melhor canção original - cinema - "My heart will go on"	Venceu

FONTE: Site Entreter-se (2021)