

Do guião da telenovela ao roteiro da viagem: uma análise do turismo cinematográfico perante a telenovela *Fuzuê*

From the soap opera script to the travel itinerary: an analysis of cinematographic tourism in the soap opera *Fuzuê*

Giulia Goldoni

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre os imaginários que a telenovela *Fuzuê*, da rede Globo, traz em relação aos pontos turísticos do Rio de Janeiro. A pesquisa visa compreender como a Globo apresenta esses pontos turísticos e, se porventura, há o incentivo à visita desses locais. A análise se dá, principalmente, pelo viés bibliográfico, apoiado por comentários coletados no X (antigo Twitter) na qual a telenovela e os pontos turísticos são citados. A pergunta norteadora da pesquisa foi: "Quais imaginários dos pontos turísticos do Rio de Janeiro, Brasil, são apresentados na telenovela *Fuzuê*, a partir dos comentários no X?". A análise ocorreu, sobretudo, em relação a três pontos turísticos mais mostrados na telenovela, sendo estes: Arcos da Lapa, Real Gabinete Português de Leitura e o Bairro de Fátima. A partir disso, foi possível refletir sobre como a Rede Globo apresenta esses pontos, que, segundo a análise, reforça um imaginário mais idealista do que a realidade e, diante disso, há um distanciamento do turismo cinematográfico nesses espaços da verdadeira experiência.

Palavras-chave: turismo cinematográfico; pontos turísticos; telenovela.

Página | 31

Abstract

This article proposes a reflection on the imaginaries that the soap opera *Fuzuê*, from the Globo network, brings in relation to the sightseings of Rio de Janeiro. The research aims to understand how Globo presents these tourist attractions and if there is any incentive to visit these places. The analysis is mainly based on a bibliographical bias, supported by some reports collected on social networks in which the soap opera and tourist attractions are mentioned. The guiding question of the research was: "What are the imaginaries of Rio de Janeiro's tourist attractions presented in the soap opera *Fuzuê*?" The analysis took place in relation to three tourist attractions most shown in the soap opera, these being: Arcos da Lapa, Real Gabinete Português de Leitura and the Neighborhood of Fátima. From there, it was possible to conceive a reflection that shows that the way in which the Globo network presents these points reinforces an imaginary that is more idealistic than reality, in fact, distancing cinematographic tourism in these spaces.

Keywords: project work; pre-school education; children; learnings.

* Este artigo está redigido em português do Brasil, mantendo-se a grafia original submetida pela sua autora.

As telenovelas, especialmente no contexto brasileiro, exercem uma influência significativa na vida de seus telespectadores, tornando-se elementos que vão além do entretenimento, interferindo nas rotinas e promovendo movimentações expressivas na vida de quem as assiste. Tais produções televisivas constituem-se não apenas como formas de entretenimento, mas como materiais que estabelecem um intenso processo de negociação de sentidos com seu público. Segundo Lopes (2009, p. 31) “essa representação, ainda que estruturalmente melodramática e sujeita à variedade de interpretações, é aceita como verossímil, vista e apropriada como legítima e objeto de credibilidade”. Nesse processo, as telenovelas promovem a construção de imaginários sobre diversos aspectos da vida social, cultural e urbana, influenciando a percepção do público em relação a diferentes temas e realidades.

No contexto específico do Rio de Janeiro, Brasil cidade referência no imaginário nacional e internacional, as produções televisivas frequentemente exploram os pontos turísticos da cidade como cenários de suas tramas. Nesse sentido, este artigo se propõe a analisar os imaginários a partir de comentários no X, construídos pela telenovela “Fuzuê”, veiculada pela Rede Globo, em relação aos pontos turísticos do Rio de Janeiro. O objetivo é compreender de que maneira a emissora apresenta esses locais e se tal representação incentiva, ocasionalmente, a visita a esses espaços. A análise se dá por meio de uma abordagem bibliográfica, complementada por comentários coletados no X (antigo Twitter) onde a telenovela e os pontos turísticos são mencionados.

A escolha da telenovela “Fuzuê” como objeto de estudo se justifica pelo seu foco na cidade do Rio de Janeiro, Brasil e pela relevância atribuída aos pontos turísticos como parte da narrativa. A pesquisa visa não apenas identificar os pontos turísticos mais frequentemente retratados na telenovela, mas também compreender os imaginários por ela construídos em torno desses locais. Dentre os pontos turísticos mais explorados na trama, destacam-se os Arcos da Lapa, o Real Gabinete Português de Leitura e o bairro de Fátima. A partir dessa análise, busca-se refletir sobre como a forma como a Rede Globo apresenta esses pontos contribui para a construção de um imaginário idealizado, que pode, eventualmente, promover, ou não, o turismo cinematográfico nessas localidades.

Por meio dessa investigação, espera-se contribuir para uma melhor compreensão do papel das telenovelas na construção e difusão de imaginários sobre os espaços urbanos, bem como para o debate sobre o turismo cinematográfico e sua relação com as representações midiáticas.

1. Do roteiro da novela: como a história do Brasil se entrelaça com as telenovelas?

A história recente do Brasil encontra-se intrinsecamente entrelaçada com a da telenovela. Como destacado por Lopes (2003), a telenovela conquistou reconhecimento público como produto artístico e cultural, tornando-se um agente central no debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. Nesse contexto, observa-se que a telenovela desempenha um papel fundamental na construção de uma narrativa nacional brasileira, estabelecendo uma relação simbiótica com a sociedade, na medida em que apresenta dramas privados dos brasileiros e, ao mesmo tempo, estimula

discussões e debates públicos sobre seus enredos. As telenovelas não apenas refletem, mas também moldam aspectos da cultura e da sociedade brasileira, lançando moda, criando pautas de discussão e mobilizando seus espectadores, que se envolvem emocionalmente com o desenrolar das histórias e se engajam tanto com expectativas quanto com indignações em relação aos rumos dos roteiros.

Outro fato é que a história do desenvolvimento da telenovela brasileira se entrelaça de maneira indissociável com a trajetória da televisão no país. Simões Borelli (2005) destaca a importância da telenovela na consolidação do modelo econômico e administrativo da televisão brasileira. A TV Tupi, primeira emissora de televisão do Brasil, foi oficialmente inaugurada em 18 de setembro de 1950 (Barbosa, 2013). Dois meses após sua inauguração, a emissora transmitiu "A vida por um fio", o primeiro programa televisivo que se assemelhava a uma telenovela (Ortiz et al., 1991). Esse acontecimento evidencia que desde o surgimento da televisão no Brasil, as telenovelas se tornaram parte fundamental do panorama televisivo, influenciando diretamente a maneira como as pessoas passaram a consumir esse meio de comunicação.

Na década de 1960, a indústria televisiva brasileira enfrentava dificuldades financeiras para a produção de telenovelas. Durante esse período, as telenovelas eram patrocinadas por empresas de produtos de higiene pessoal, como sabonetes e dentifrícios (Ortiz et al., 1991). Borelli (2001) observa que nessa época as telenovelas eram produzidas de forma improvisada, sem uma divisão clara das etapas de produção. Não havia um planejamento prévio sobre a duração de cada capítulo ou os horários de exibição (Ortiz et al., 1991). Antes de 1963, as telenovelas não eram exibidas diariamente. No entanto, a partir da criação das telenovelas diárias, assistir às telenovelas tornou-se um hábito cotidiano para milhões de brasileiros (Reimão, 2004). Em 1964, na TV Excelsior, "Ambição", de Ivani Ribeiro, tornou-se a primeira telenovela a apresentar um texto totalmente brasileiro (Ortiz et al., 1991). Esses eventos marcaram uma nova fase na história das telenovelas brasileiras, consolidando-as como um dos principais gêneros da televisão nacional.

Ao final da década de 1960, de acordo com Alencar (2002), a Rede Globo foi responsável pelo conhecido modelo brasileiro de telenovela. A organização se consolidou nessa época, transformando as telenovelas em produto de consumo nacional. Essa transformação se deu pela mudança na forma de produzir as telenovelas, como mencionado anteriormente, não havia planejamentos adequados e com a consolidação da Rede Globo, isso mudou. Alencar (2002), ainda relata que a organização investiu em capacitar pessoas para que soubessem fazer televisão e não mais produzir "teatro, cinema, rádio e literatura 'na' televisão". Também criaram as etapas da produção contando com direção, figurinos, roteiros, cenários, entre outros elementos.

Dentre as telenovelas brasileiras que marcaram época, destaca-se "Beto Rockfeller", exibida em 1969. Essa telenovela representou uma ruptura nas narrativas televisivas ao substituir os diálogos formais por expressões coloquiais e gírias de uso comum, aproximando-se da realidade e do cotidiano nacional (Reimão, 2004). Essa mudança na linguagem televisiva buscou refletir de forma mais fiel a realidade social do país. Na década de 1970, com a modernização da sociedade brasileira, as telenovelas passaram por novas transformações, consolidando-se como uma indústria cultural. Nesse contexto, surgiu o "padrão Globo de qualidade" (Reimão, 2004, p. 26), estabelecendo a Rede Globo como uma emissora de destaque, reconhecida pelo alto

padrão de produção de conteúdo (Melo, 1988). Graças a essas iniciativas e transformações, a telenovela brasileira se tornou o principal produto de exportação da televisão nacional desde os anos 1980 (Melo, 1988). Mesmo sendo exibidas em diversos países, as telenovelas brasileiras mantiveram sua identidade cultural e sua capacidade de atrair públicos variados (Lopes, 2004).

A telenovela brasileira aborda uma pluralidade de temas, envolvendo questões como amor, dever, família, em uma rede de polarizações entre o bem e o mal, ricos e pobres, justos e injustos, felicidade e tristeza (Ortiz et al., 1989). Ao refletir sobre o gênero televisivo na América Latina, é possível associar as telenovelas à criação de espaços para contar histórias que refletem o cotidiano das sociedades locais, ao invés de apresentar uma imagem globalizada padronizada (Martín-Barbero & Rey, 1999). Segundo Borelli e Melo Rocha (2005), as telenovelas brasileiras são produto de matrizes culturais que as diferenciam das demais manifestações ficcionais norte-americanas, europeias e latino-americanas (Melo Rocha, 2005).

A telenovela brasileira “é dos raros textos consumidos por cidadãos pertencentes às mais diversas classes sociais, um repertório privilegiado para medir diferenças” (Hamburger, 2005, p. 73). De acordo com Martín-Barbero (2004), esse gênero pode “mesclar os avanços tecnológicos das mídias com as velharias e anacronismos narrativos, que fazem parte da vida cultural” (p. 115). Esta força e repercussão das telenovelas no Brasil hoje extrapola as conversas face a face e chega na internet através das redes sociais e blogs especializados no assunto (Hamburger, 2005).

Pensando sob este viés, a telenovela também está relacionada à construção de imaginários, especialmente sobre a identidade nacional. Conforme enfatiza Lopes (2009, p. 31), “quando uma telenovela galvaniza o país, nesse momento ela atualiza seu potencial de sintetizar o imaginário de uma nação, isto é, a sua identidade, ou o que é o mesmo, de se expressar como nação imaginada”. Assim, as telenovelas brasileiras se colocam em um papel central na representação e na (re)construção dos imaginários coletivos, contribuindo para a formação de uma identidade nacional compartilhada. Através de suas tramas e personagens, as telenovelas refletem e interpretam os valores, as aspirações, os conflitos e as transformações da sociedade brasileira, criando um espaço simbólico onde questões sociais, culturais e políticas são constantemente negociadas e resignificadas. Dessa forma, as telenovelas não apenas entretêm, mas também funcionam como importantes mediadoras na construção e na circulação de representações sobre o Brasil e os brasileiros, tanto no âmbito nacional quanto no internacional. Neste artigo, em particular, falar-se-á sobre a questão do imaginário dos pontos turísticos do Rio de Janeiro, Brasil evidenciados pela telenovela *Fuzuê*.

Segundo a Rede Globo (2023) a telenovela "*Fuzuê*" apresenta uma trama em que, no cerne da narrativa, encontram-se duas jovens: Luna, a heroína da trama, é uma mulher simples e carismática, moradora do Bairro de Fátima, no centro do Rio de Janeiro, que busca incansavelmente por pistas que revelem o paradeiro de sua mãe, Maria Navalha, uma ex-cantora da Lapa que desapareceu misteriosamente. Do outro lado há Preciosa, a antagonista da história, uma conhecida e poderosa empresária dona de uma joalheria. A trama se desenvolve a partir da descoberta de Preciosa de que possui uma irmã, Luna, com quem precisa dividir todo o seu patrimônio, incluindo um tesouro ainda não encontrado. Essa dinâmica entre as duas protagonistas e o mistério em torno do tesouro formam o enredo principal da telenovela.

Considerando que o cenário principal da telenovela se desenvolve no Rio de Janeiro, diversos pontos turísticos e localidades conhecidas da cidade são retratados ao longo da trama, com destaque para o Bairro de Fátima. Diante desse contexto, este artigo propõe a análise dos imaginários apresentados na telenovela em relação a essas localidades, utilizando como referencial teórico as reflexões de Lopes (2009) sobre telenovela, identidade e construção do imaginário nacional. A partir dessa perspectiva, busca-se compreender de que maneira a telenovela "Fuzuê" contribui para a (re)construção de representações sobre o Rio de Janeiro, seus pontos turísticos e suas comunidades, e de que forma essas representações influenciam a percepção do público sobre esses espaços.

2. Do roteiro do turismo: o que é o turismo e como ele se inscreve no contexto da telenovela no Brasil?

Segundo De Carvalho e Viana (2014), a atividade turística, ao longo de sua evolução histórica, tem passado por significativas transformações, ampliando seus interesses, sua amplitude de mercado e sua motivação para o deslocamento de pessoas. Dessa forma, os lugares turísticos, sejam países, regiões ou cidades, passaram a ser compreendidos como conjuntos de bens tangíveis e intangíveis além do espaço físico, configurando-se como destinos turísticos. Esses destinos proporcionam uma experiência turística genuína, mediada por uma série de fatores que incluem não apenas elementos físicos, como estrutura, serviços e instalações, mas também elementos intangíveis, como marca, marketing e valores culturais, que garantem a sustentabilidade desses destinos.

O turismo pode ser conceituado, em consonância com o Glossário do Ministério do Turismo (Ministério do Turismo, s.d.), como o movimento de pessoas que, por um tempo determinado, viajam para destinos fora de sua área de residência habitual, engajando-se em diversas atividades durante sua permanência nas localidades visitadas. Essa definição enfatiza o caráter temporário e voluntário do deslocamento, onde os turistas buscam experiências que diferem de sua rotina diária, explorando novos ambientes, culturas e tradições. Esse fenômeno é impulsionado por uma variedade de motivações, incluindo lazer, cultura, saúde, religião e educação, sem a intenção de exercer atividades remuneradas no local visitado.

Uma das motivações relacionadas ao turismo pode ser o interesse despertado por alguma obra audiovisual. Esse conceito é chamado de Turismo Cinematográfico. Duarte e Filho (2020), ao mencionar a terminologia, definem essa atividade como a visita a locais utilizados como cenários de filmes, séries de televisão e, segundo Duarte e Fonseca Filho (2016), também de telenovelas. Esse fenômeno abrange tanto locais reais quanto aqueles construídos especificamente para produções cinematográficas e de entretenimento. O impulso para essas viagens pode ser desencadeado pela exibição de filmes e séries em diversas plataformas, como cinema, televisão e dispositivos móveis. É importante salientar que existem diversas terminologias usadas para descrever esse fenômeno, incluindo *movie-induced tourism*, *film-induced tourism* e *screen tourism*, cada uma refletindo variações culturais e geográficas, mas todas refletindo a ideia de Turismo Cinematográfico. A prevalência do termo *film tourism* (turismo fílmico, em

tradução literal), na literatura atual indica uma tendência de se referir a essa atividade de maneira abrangente, englobando todos os aspectos das diferentes terminologias.

Duarte e Filho (2020) discutem que, nos últimos anos, houve um crescimento significativo nas pesquisas sobre turismo cinematográfico, embora ainda haja uma carência de estudos que explorem como esse fenômeno se organiza no tempo e no espaço. O conceito de turismo cinematográfico se insere em uma discussão mais ampla sobre o turismo cultural, sendo visto por alguns autores como um segmento emergente desse tipo de turismo. Esse segmento está frequentemente associado ao marketing de destinos, onde filmes, séries e outras produções são usados como ferramentas para promover locais turísticos. Os autores lembram ainda que há indícios numéricos que a exibição de locais em produções audiovisuais pode aumentar significativamente o fluxo de visitantes a esses destinos, tornando-se uma estratégia poderosa para atrair turistas. A popularidade das mídias audiovisuais, que fazem parte do cotidiano de muitas pessoas, potencializa essa forma de turismo, criando uma conexão emocional e um desejo de vivenciar os locais vistos na tela.

Pensando especialmente sobre as telenovelas e o turismo, De Lima e Da Silva (2019 p. 4) refletem sobre o tema e mencionam que “no turismo, a telenovela (assim como o cinema, e outras linguagens) tornou-se uma ferramenta de divulgação (merchandising)”. Ademais, os autores salientam que as telenovelas desempenham um papel significativo no fomento do turismo ao apresentarem diversos destinos de forma atraente nas suas narrativas. Quando um destino aparece em cena, o espectador constrói uma imagem daquele local, despertando o interesse em visitá-lo. Esse fenômeno ocorre porque a imagem visualizada na televisão tem um grande impacto na percepção do público, influenciando suas escolhas de viagem. Outro fato é que, segundo o Ministério do Turismo (Governo do Brasil, 2015), a imagem é um dos principais insumos para a venda dos destinos turísticos no Brasil. As telenovelas, portanto, atuam como partícipes do processo de marketing, capazes de transformar lugares comuns em destinos turísticos desejados, graças ao seu amplo alcance e capacidade de permear o imaginário coletivo.

De Lima e Da Silva (2019) mencionam que, de fato, a questão das telenovelas e turismo virou uma estratégia de marketing haja vista que é possível verificar que gestores de empreendimentos privados e secretarias municipais e estaduais de turismo a passaram a investirem nessa estratégia midiática, especialmente durante períodos de alta audiência, como os primeiros e últimos capítulos das telenovelas. Os autores enfatizam que esse interesse se reflete na criação de *Film Commissions*¹ em diversos destinos brasileiros, cujo objetivo é captar produções audiovisuais, incluindo filmes, programas de televisão e publicidades. Essas comissões oferecem incentivos para produtores de televisão e cinema, promovendo o uso de locações para filmagens e, assim, difundindo imagens que ajudam a criar e reforçar imaginários turísticos. Perante essas conceituações, nota-se que as telenovelas não cumprem papel apenas no entretenimento, mas também desempenham um papel crucial na promoção e desenvolvimento do turismo no Brasil.

¹ Neste contexto, as Film Commissions são referentes a organizações governamentais ou sem fins lucrativos que facilitam a produção de filmes e outras formas de mídia audiovisual em uma região específica, oferecendo suporte logístico, incentivos financeiros, e promovendo locais de filmagem.

3. Metodologia

Para o desenvolvimento deste trabalho foi analisada a representação de algumas localidades do Rio de Janeiro na telenovela *Fuzuê*. A escolha se deu com base no seu foco na cidade do Rio de Janeiro e pela relevância atribuída aos pontos turísticos como parte da narrativa desta telenovela. Desde o princípio, *Fuzuê* utiliza a cidade como cenário de sua narrativa. As filmagens da atração começaram na segunda quinzena de maio de 2023, utilizando locações nas praias de Paraty e Angra dos Reis, situadas na Costa Verde do Rio de Janeiro. Entre os atores presentes nessas filmagens, sob a direção artística de Fabrício Mamberti, estavam Giovana Cordeiro, Marina Ruy Barbosa, Nicolas Prattes e Felipe Simas. Além disso, foram realizadas gravações no centro do Rio de Janeiro, onde cenas envolvendo a loja do personagem interpretado por Edson Celulari foram filmadas.

A questão central deste artigo é: "Quais imaginários dos pontos turísticos do Rio de Janeiro, Brasil são apresentados na telenovela *Fuzuê*, a partir dos comentários no X?". A análise busca compreender de que maneira a emissora apresenta esses locais e se tal representação incentiva, ocasionalmente, a visita a esses espaços. Perante esse contexto, considera-se, como ponto de partida também os mecanismos narrativos e estéticos empregados na telenovela, que podem contribuir, ou não, para a construção de um imaginário coletivo sobre a cidade. Outro fato é que este estudo investigará se a representação desses pontos turísticos reforça ou subverte estereótipos tradicionais associados ao Rio de Janeiro e como isso pode impactar a percepção do público.

A análise é conduzida por meio de uma abordagem bibliográfica, complementada por comentários obtidos no X (antigo *Twitter*) onde a telenovela e os pontos turísticos são discutidos. A coleta de comentários, proveniente da rede social X, foi obtida em abril de 2023, utilizando as palavras-chave. Para esse artigo serão analisados doze comentários: cinco referentes ao Bairro de Fátima, três aos Arcos da Lapa e quatro ao Real Gabinete Português de Leitura. Optou-se por essa plataforma devido à sua capacidade de oferecer uma exposição mais imediata das opiniões dos usuários, refletindo assim a percepção cotidiana sobre o assunto. Além disso, o método de busca demonstrou ser mais eficiente em comparação com outras alternativas, justificando o uso do X como meio para coletar relatos relacionados aos pontos turísticos, como o Bairro de Fátima, os Arcos da Lapa e o Gabinete Real de Leitura, os quais são destacados na trama de *Fuzuê*.

4. Estudo empírico

A primeira localidade destacada pela telenovela *Fuzuê* e escolhida para ilustrar este estudo é o Bairro de Fátima. De acordo com o Gshow (2023), este bairro está situado entre a Lapa e Santa Teresa, próximo à loja *Fuzuê*, que dá nome à trama. Predominantemente residencial, o Bairro de Fátima possui uma vida própria, caracterizada por suas histórias, conflitos e organizações. Funcionando como um núcleo provinciano em pleno centro da cidade, os moradores conhecem-se mutuamente, chamam-se pelo nome e prestam assistência quando necessário. Na narrativa ficcional, a região serve como cenário para as histórias de Merreca (interpretado por Ruan

Aguiar), um personagem nascido e criado no bairro, amigo de infância de Luna (interpretada por Giovana Cordeiro). Merreca atua na cobrança de aluguéis na área e está constantemente atento aos eventos locais.

Outra localidade são os Arcos da Lapa que, conforme descrito pela Brasiliana Fotográfica (2018), representam uma significativa obra arquitetônica do período colonial brasileiro, situados no bairro da Lapa, um dos redutos da boemia carioca. A descrição lembra ainda que este marco histórico é um dos símbolos mais importantes do Rio de Janeiro Antigo e um dos cartões-postais mais famosos da cidade. Inaugurados em 1750 durante o governo de Antônio Gomes Freire de Andrade (1685-1763), futuro primeiro conde de Bobadela, os Arcos da Lapa substituíram um aqueduto existente desde 1723. O projeto é atribuído ao brigadeiro português José Francisco Pinto Alpoim (1700-1765). Em estilo romano, os arcos possuem 270 metros de extensão com 42 arcos duplos de alvenaria, distribuindo à população carioca as águas da nascente do Rio Carioca a partir de um chafariz em mármore com 16 bicas de bronze, localizado aos pés do Convento de Santo Antônio. Na telenovela *Fuzuê*, os Arcos da Lapa servem como cenário onde a personagem Luna, interpretada por Giovana Cordeiro, frequentemente comercializa suas biojoias, pois seu ofício é o artesanato.

Por fim, a terceira localidade analisada neste estudo é o Real Gabinete Português de Leitura. Conforme Gonçalves e Bessone (2016), o Real Gabinete Português de Leitura, fundado em 1837, é uma instituição cultural situada no centro do Rio de Janeiro que se dedica principalmente à preservação e difusão da literatura e cultura lusófonas no Brasil. Sua fundação remonta ao período em que a Corte Portuguesa se transferiu para o Rio de Janeiro em 1808, promovendo a criação de diversas instituições culturais e científicas com o objetivo de replicar o ambiente cosmopolita de Lisboa. Entre essas iniciativas estavam a Real Biblioteca, o Real Horto e a Escola Anatômica, Cirúrgica e Médica do Rio de Janeiro. Na narrativa de "*Fuzuê*", o Real Gabinete Português de Leitura aparece como cenário nas cenas iniciais que envolvem os Montebellos, núcleo composto por Preciosa (Marina Ruy Barbosa) e Bebel (Lília Cabral), mãe de Preciosa. Nesse contexto, o Gabinete é utilizado para expor o acervo do historiador César Montebello, pai de Preciosa.

4.1 Análise dos comentários no X sobre as localidades

4.1.1 Bairro de Fátima

Em uma análise panorâmica dos comentários referentes ao Bairro de Fátima como cenário da telenovela, observa-se uma conexão intrínseca entre os comentários e a narrativa da trama, como demonstrado abaixo (Figura 1):

Figura 1

Comentário sobre o Bairro de Fátima



Nota. Fonte: X, 2024

Os comentários, geralmente, giram em torno dessa temática, como ilustram os exemplos a seguir:

- "Que fofo o Merreca fazendo uma festa de Natal pra todo o bairro de Fátima #Fuzuê"
- "Perdeu tudo: o drama de Preciosa, foi morar no Bairro de Fátima #Fuzuê"
- "Pode isso, Merreca com 1,65 de altura mandar no bairro de Fátima todinho. #Fuzuê"
- "Gente, já é forçado a Luna morar no apartamento da Preciosa, mas mais forçado ainda é a Preciosa morar no apartamento da Luna, pelo simples fato que o Heitor saber que isso faria ela ter mais ódio da irmã, bairro de Fátima não tem mais apê disponível? #Fuzuê"

Na coleta de materiais, não se identificou nenhum relato relacionado ao turismo no Bairro de Fátima motivado pelo interesse gerado pela telenovela. Os comentários predominantes vinculam a localidade diretamente à trama, sem mencionar a experiência dos espectadores no espaço real. Isso sugere que o imaginário despertado pela telenovela em relação ao bairro é pouco atrativo ou muito cotidiano, a ponto de não suscitar interesse externo para conhecer a localidade.

4.1.2 Arcos da Lapa

Em relação aos Arcos da Lapa (Figura 2), observa-se que a percepção dos telespectadores é de que a telenovela apresenta uma realidade mais atrativa do ponto turístico do que a realidade. Alguns comentários expressam uma frustração com a representação dos Arcos na telenovela, que é vista como uma idealização ou falsificação do local. Essa discrepância entre a representação ficcional e a realidade percebida pelos espectadores sugere uma crítica à forma como a telenovela constrói o imaginário sobre esse ponto turístico emblemático do Rio de Janeiro.

Figura 2

Comentário sobre os Arcos da Lapa



Nota: Fonte: X, 2024

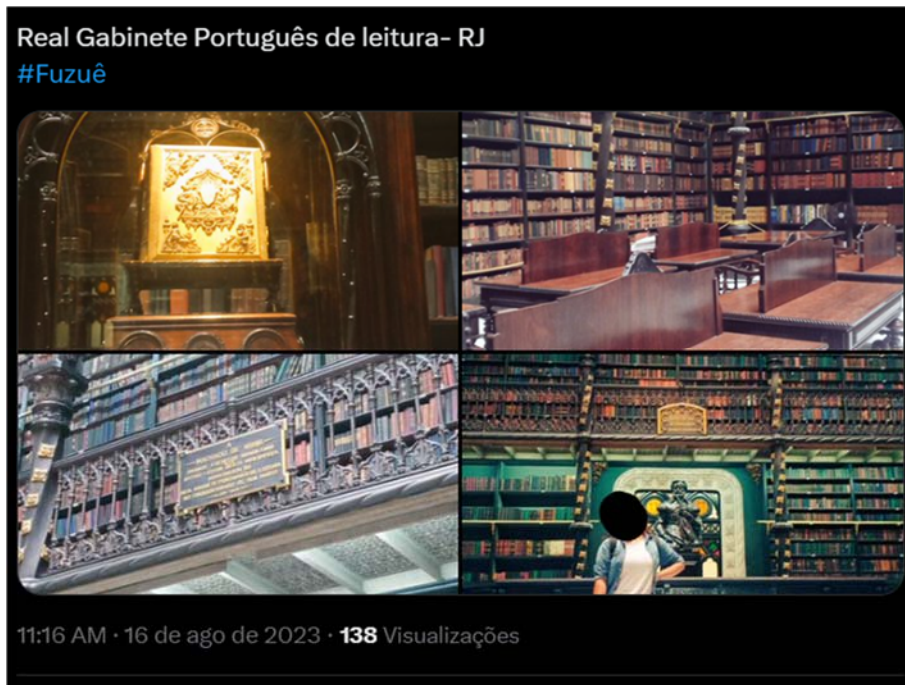
Outros comentários refletem a mesma característica, como é possível observar: “O fundo desta cena nos Arcos da Lapa não condiz com a realidade. #Fuzuê”, “Sera q globo fechou o quarteirão inteiro pra fazer essas cenas nos arcos da lapa o perigo ali #Fuzuê”. Esses comentários destacam a percepção de que a telenovela romantiza ou modifica a realidade do local, gerando um contraste significativo entre a representação ficcional e a experiência cotidiana dos telespectadores.

4.1.3 Real Gabinete Português de Leitura

Por fim, em relação ao Real Gabinete Português de Leitura, observa-se uma certa satisfação por parte dos telespectadores quanto à apresentação desta localidade na telenovela. Além disso, há indícios de que a telenovela tenha despertado interesse turístico no local, conforme verificado nos seguintes comentários:

Figura 3

Comentário sobre o Real Gabinete Português de Leitura



Nota. Fonte: X, 2024

Figura 4

Real Gabinete Português de Leitura na visão dos espectadores



Nota. Fonte: X, 2024

Na análise do primeiro comentário (Figura 3), evidenciam-se sinais do fenómeno conhecido como Turismo Cinematográfico. Isso se manifesta quando a pessoa regista fotografias do ponto turístico em questão, faz menção à telenovela através de hashtags nas redes sociais e, presumivelmente, parece estar explorando o local. No segundo comentário (Figura 4), observa-se uma nostalgia em relação ao Rio de Janeiro, acompanhada da satisfação da espectadora ao ver um dos pontos emblemáticos de sua cidade sendo retratado na trama televisiva. No entanto, apesar desses comentários positivos, surge novamente uma crítica em relação à representação muitas vezes idealizada do ponto turístico, similar àquela observada em relação aos Arcos da Lapa, conforme é possível observar a seguir:

- “O belíssimo Real Gabinete Português de Leitura virando um museu aleatório em #Fuzuê”
- “Que trabalho! Eles estão fingindo que o Real Gabinete de Leitura Pt é um museu de andares? Hmmm #Fuzuê”

5. Conclusão

Diante da presente análise, evidencia-se um vasto conjunto de potencialidades que a telenovela pode explorar em relação ao turismo cinematográfico. Entretanto, no caso específico de *Fuzuê*, embora não seja o objetivo central da narrativa, nota-se predominantemente uma sensação de frustração ou um interesse limitado por parte do público em relação à maneira como os pontos turísticos são retratados. Como apontado por De Lima e Da Silva (2019, p. 8), “a preocupação em ofertar imagens e criar imaginários turísticos é fundamental no processo de planeamento de destinos, mas não deve ser maior do que o alinhamento entre o imaginário que se quer criar e a real oferta turística”. Nesse contexto, é perceptível que, caso a promoção do turismo fosse um dos propósitos da telenovela, poderia haver uma disparidade entre o imaginário construído e a realidade, uma vez que, conforme indicado pelos comentários, a representação dos pontos turísticos tende a ser idealizada e romantizada.

A análise evidencia a importância de uma abordagem mais autêntica e alinhada com a realidade na representação de pontos turísticos em produções televisivas, a fim de promover uma experiência mais condizente com a realidade para o público e contribuir efetivamente para o desenvolvimento do turismo nas localidades retratadas. Além disso, ressalta a necessidade de uma análise cuidadosa do impacto potencial que as narrativas ficcionais podem ter na percepção pública dos destinos turísticos, visando evitar distorções que possam prejudicar a imagem das localidades e influenciar negativamente o comportamento dos turistas.

Assim, respondendo à questão norteadora deste trabalho, “Quais imaginários dos pontos turísticos do Rio de Janeiro, Brasil são apresentados na telenovela *Fuzuê*, a partir dos comentários no X?”, percebe-se que os imaginários são criados, majoritariamente, de forma idealizada, com mudanças referentes ao embelezamento desses pontos, sugerindo uma visão romântica e atrativa para os telespectadores. No entanto, essa representação muitas vezes destoa da realidade percebida pelos espectadores, gerando uma sensação de frustração e desencanto diante das discrepâncias entre a ficção televisiva e a experiência cotidiana. Essa desconexão entre o imaginário ficcional e a

realidade tangível ressalta a necessidade de uma abordagem mais autêntica e fiel aos locais retratados, a fim de evitar distorções que possam prejudicar a percepção pública e o potencial turístico das localidades.

Referências bibliográficas

- Alencar, M. (2002). *A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil*. Senac.
- Barbosa, M. (2013). *História da comunicação no Brasil*. Editora Vozes Limitada.
- Borelli, S. (2001). Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo Em Perspectiva*, 15(3), 29-36. <https://doi.org/10.1590/S0102-88392001000300005>
- Brasil. Ministério do Turismo. *Turismo cultural: orientações básicas* (2ª ed.). Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação.
- Brasil. Ministério do Turismo. *A importância da imagem para a divulgação do destino turístico*. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/a-importancia-da-imagem-para-a-divulgacao-do-destino-turistico>
- Brasileira Fotográfica. (2018). *Os Arcos da Lapa e os bondes de Santa Teresa*. [https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?p=11127#:~:text=Foram%20inaugurados%20em%201750%2C%20durante,Alpoim%20\(1700%20%E2%80%93%201765\)](https://brasilianafotografica.bn.gov.br/?p=11127#:~:text=Foram%20inaugurados%20em%201750%2C%20durante,Alpoim%20(1700%20%E2%80%93%201765)).
- De Carvalho, R., & Viana, M. (2014). Somos o que consumimos: Aspectos identitários e turismo contemporâneo. *Turismo: Visão e Ação*, 16(3), 690. Doi: <https://doi.org/10.14210/rtva.v16n3.p690-709>
- De Lima, A., & Da Silva, M. (2019). Telenovelas brasileiras criando imagens e imaginários turísticos: o caso do destino Rio Grande do Norte. *Turismo: Visão e Ação*, 21(1), 2-22. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n1.p2-22>
- Duarte, R., & Fonseca Filho, A. da S. (2016). Luz, câmera... Segmentação: uma proposta de turismo cinematográfico para a cidade de Niterói-RJ. *Revista Turismo em Análise*, 27(2), 323-341. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i2p323-341>
- Duarte, R., Teles, A., & Filho, A. da S. F. (2020). O turismo cinematográfico pelas lentes da teoria do ator-rede. *Turismo: Visão e Ação*, 22(3), 485-507. <https://doi.org/10.14210/rtva.v22n3.p485-507>
- Globo, R. (2024). *Fuzuê: A novela que promete conquistar o público português*. <https://www.globo.com/fuzue>.
- Gonçalves, M. de S., & Bessone, T. (2016). The Royal Portuguese Cabinet of Reading: A space for medical science in the 19th century. *Almanack* (14), 241–286. <https://doi.org/10.1590/2236-463320161410>

Gshow. (n.d.). *Bairro de Fátima, no centro do Rio de Janeiro, é cenário de Fuzuê*. <https://gshow.globo.com/novelas/fuzue/noticia/bairro-de-fatima-no-centro-do-rio-de-janeiro-e-cenario-de-fuzue.shtml>

Hamburger, E. (2005). *O Brasil antenado: A sociedade da novela*. Zahar.

Hamburger, E. (2011). Telenovelas e interpretações do Brasil. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política* (82), 61-86.

Lopes, M. (2003). Telenovela brasileira: Uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação* (26), 17-34.

Lopes, M. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, 1(3), 21-47.

Lopes, M. (2004). *Telenovela: Internacionalização e interculturalidade*. Edições Loyola.

Martín-Barbero, J., & Rey, G. (2001). *Os exercícios do ver: Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. Senac.

Melo, J. (1988). *As telenovelas da Globo: Produção e exportação*. Summus.

Ministério do Turismo. (s.d). *Glossário do turismo*. <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/901-t.html>. Acesso em 5 de maio de 2024.

Ortiz, R., Borelli, S. H. S., & Ramos, J. M. O. (1991). *Telenovela: História e produção* (2ª ed.). Brasiliense.

Reimão, S. (2004). *Livros e televisão: Correlações*. Atelie Editorial.

Simões Borelli, S., & Melo Rocha, R. (2005). Temporalidades e territorialidades juvenis em uma metrópole brasileira. *Nômadias (Col)*, (23), 58-67. ISSN: 0121-7550. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105116741007>

Notas sobre a autora:

Giulia Goldoni
giulia.2019@alunos.utfpr.edu.br
Universidade Tecnológica Federal do Paraná