



## BRASÍLIA CINEMATOGRAFICA

1ª Etapa de Preparação do Destino Referência  
em Turismo Cinematográfico no Brasil

Brasília/DF, 2008 - 2009



# 1ª Etapa de Preparação do Destino Referência em Turismo Cinematográfico no Brasil

Brasília/DF, 2008 - 2009





1ª Etapa de Preparação do Destino Referência  
em Turismo Cinematográfico no Brasil

Brasília/DF, 2008 - 2009

BRASÍLIA CINEMATOGRÁFICA



Ministério  
do Turismo



2009, Ministério do Turismo e Instituto Dharma

Brasília Cinematográfica - 1ª. Etapa de Preparação do Destino Referência em Turismo  
Cinematográfico no Brasil

Ana Cristina Costa e Silva  
Ana Cristina Viana  
Marcus Ligocki

1ª. Edição - Brasília / DF

---

S586br Silva, Ana Cristina Costa e ; Viana, Ana Cristina ; Ligocki, Marcus.  
Brasília cinematográfica: 1ª etapa de preparação do destino referência em  
turismo cinematográfico no Brasil / Ana Cristina Costa e Silva ; Ana Cristina Viana ;  
Marcus Ligocki – Brasília: Instituto Dharma; Ministério do Turismo, 2009.

112 p. : il.

ISBN: 978-85-61239-19-0

Inclui bibliografia.

1. Brasília. 2. Locações cinematográficas. I. Título.

CDU 791.43(817.4)

---

**Para downloads gratuitos: [www.institutodharma.org.br](http://www.institutodharma.org.br)**

**Site do projeto: [www.brasiliacinematografica.com.br](http://www.brasiliacinematografica.com.br)**

# Sumário

**Prefácio**

**Justificativa**

<b>13</b>	<b>1ª Parte - Planejamento Estratégico</b>
15	Premissas
33	Diagnóstico
49	Recomendações
<b>57</b>	<b>2ª Parte - Arranjo Institucional</b>
59	<i>A formação de um novo ambiente de governança</i>
63	<i>Memória dos encontros</i>
67	<i>Validação do setor</i>
80	<i>A criação da Brasília Film Commission</i>
83	<i>Resultados e próximos passos</i>
<b>85</b>	<b>3ª Parte - Ação Símbolo</b>
87	<i>Criando a campanha institucional &amp; promocional</i>
95	<i>O lançamento da Brasília Film Commission</i>
97	<i>Repercussão na mídia e na comunidade</i>
101	<b>Conclusão</b>
103	<b>Bibliografia</b>
	<b>Autoridades</b>
	<b>Ficha técnica</b>
	<b>Expediente</b>



# Prefácio

O turismo cinematográfico é uma tendência global e o Brasil tem uma inegável vocação para este nicho de negócios. O **Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias do Turismo e Audiovisual Brasileiras**, realizado em 2007 pelo *Instituto Dharma* e o *Ministério do Turismo*, aponta a nação brasileira como reconhecida mundialmente por sua privilegiada diversidade de locações, seus atributos culturais e sua inegável criatividade, além do ambiente pacífico, livre de catástrofes naturais e distante dos palcos habituais de ações terroristas.

O projeto **Brasília Cinematográfica** nasceu com a missão de formar-se um modelo aplicável à realidade de uma região no território nacional que no futuro possa ser exportado para outros estados. A escolha de Brasília como cidade referência do turismo cinematográfico levou em consideração sua vocação natural para a prestação de serviços, a conjunção política favorável, a proximidade com o Governo Federal e com entidades setoriais e, principalmente, por ter as características necessárias para se tornar um *cluster* criativo:

- Brasília reflete a miscelânea cultural dos sotaques, da culinária, dos costumes e trejeitos do povo brasileiro, trazidos pelos candangos que ergueram a capital com suas próprias mãos; e por servir de base para embaixadas de outras nações e, portanto, celeiro das mais variadas etnias internacionais;
- Situa-se no centro do País e das decisões da Federação e seus traços arquitetônicos a tornaram a única cidade no século XXI tombada pela *Unesco* como Patrimônio Cultural da Humanidade;
- Seu conjunto urbano está disposto em meio a um cenário natural variado e exclusivo; e dispõe de um alto fator de insolação, baixo nível pluviométrico e qualidade de luz privilegiada, com estações definidas e contrárias ao hemisfério norte;
- Possui outras virtudes importantes para receber filmagens, como trânsito fluente em largos e extensos corredores; e fatores relevantes como segurança e qualidade de vida, que a destacam como a capital com o mais alto Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Brasil;

- Considerada a cidade mais cinéfila do Brasil (conta com o maior número de salas de cinema por habitante), Brasília já ocupou o posto de terceiro centro produtor de cinema nacional, possui um Pólo de Cinema (ainda que em processo de reativação) e é palco de um dos mais tradicionais festivais cinematográficos do País. Hoje, aos 49 anos, a capital tem em seu “currículo” mais de 200 filmes que fizeram uso de suas locações e, em cerca de 1/4 deles, a cidade foi personagem ou mesmo protagonista da trama.

## ***Brasília, cidade que nasceu filmada!***



# Justificativa

## Da teoria à prática

Mas afinal, para se tornar um destino referência de turismo cinematográfico, é preciso mesmo um ordenamento? A resposta é: sim.

Conheça alguns exemplos de como a cidade deixou de receber produções audiovisuais de grande porte por falta de pacotes de incentivos e estratégias agressivas de prospecção e promoção:

### TELEVISÃO - JUÍZO FINAL

Há alguns anos, a **Rede Globo** desenvolveu um projeto de telenovela intitulado **Juízo Final**, a ser dirigida por Ricardo Waddington e ambientada em Brasília. Foram realizadas pesquisas relativas à capacidade de produção e locações disponíveis na cidade. Porém, em razão da crise aérea deflagrada em setembro de 2006, que inviabilizaria deslocamentos da equipe do Rio de Janeiro e São Paulo para Brasília, o projeto foi alterado e a novela, cujo nome passou a ser **A Favorita**, teve seu roteiro adaptado e deixou de contemplar as cenas na capital federal.

### CINEMA - AEON FLUX

Esta produção norte-americana de US\$ 62 milhões protagonizada pela atriz Charlize Theron tinha como base uma ficção científica ambientada no ano de 2.415, numa cidade fortaleza aparentemente perfeita: muito organizada, limpa, de construções grandiosas e de incrível beleza. Em 2005, executivos da **Paramount** estiveram em Brasília e definiram a cidade como locação ideal. Segundo os produtores, apenas a burocracia poderia emperrar as filmagens no Brasil – e foi exatamente isso que aconteceu...



FOTOS: DIVULGAÇÃO

## Bregna 2500 d.c.

Brasília muda de nome em produção hollywoodiana de ficção científica a ser rodada em novembro

Renata Caldas  
Da equipe do Correlô

Hollywood está de olho em Brasília. A Paramount Pictures mandou cinco profissionais visitarem a cidade durante três dias, percorrendo seus principais pontos turísticos. E bateram o martelo. A capital foi escolhida pela equipe norte-americana como cenário de Aeon Flux, filme baseado na série de MTV (ver matéria abaixo). A ideia é que todas as cenas externas sejam rodadas em Brasília.

Com direção de Karyn Kusama (a mesma de Boa de Briga - Girlfight), o filme acompanha a heroína Aeon Flux numa cidade fictícia chamada Bregna. Cercado por um muro gigante, o lugar se protege de uma floresta que invade todo o planeta. Trata-se de uma cidade sem água, onde estão os únicos sobreviventes da Terra no ano de 2500. Seguindo os moldes de produções inspiradas em cartoons, as locações privilegiaram vistas panorâmicas, desenhos futuristas e subterrâneos. Na história para a telona, a parte externa do trecho Nacional seria ponto estratégico de trechos importantes da ação.

Itamaraty, Museu do Índio, Catedral e a Universidade de Brasília foram outros pontos eleitos pela equipe composta por Ian Bryce (produtor), Andrew Gerrard McAlpine (designer de produção), Dorcas Gardner (vice-presidente executiva da Paramount), além da diretora Karyn Kusama. "Adorei a cidade. É ótimo estar aqui", diz entusiasmada a diretora, percorrendo os corredores do Instituto Central de Ciências (ICC), da UnB, mais conhecido como Minhócio. A equipe é também composta por um produtor brasileiro, Raul Guterres.

Toda a equipe se encantou com os monumentos da cidade. "É um lugar muito bonito, uma cidade muito nova", disse, fugindo das câmeras, Dorcas Wright Gardner. A empresária não costuma acompanhar esse tipo de viagem, mas decidiu visitar o Brasil, onde deve passar as festas de final de ano.

Os traços de Niemeyer chamaram atenção especialmente do designer de produção Andrew McAlpine, admirador do trabalho do arquiteto há 30 anos. "Niemeyer é uma das minhas inspirações. Gosto de seu espírito, sua bravura. É revigorante estar aqui, cercado de suas obras. É realmente incrível", revela o designer. O produtor Ian Bryce também estampava sorriso diante da exuberância da capital: "A cidade é melhor do que esperava", diz o produtor.

Outro fator atrativo para a equipe é a luz da cidade, considerada parecida com a de Hollywood. "O clima aqui é ótimo, a luz é muito boa, mas as filmagens devem acontecer a partir de novembro, época de chuva", diz a diretora, justificando a agenda cheia. Entre um clique e outro, eles aproveitaram para conhecer um pouco mais da cultura brasileira saboreando comidas típicas e se deliciando na Festa Junina do Tate Clube.

A visita da equipe é apenas o primeiro passo dessa superprodução, aprovada pelo estúdio há cerca de duas semanas. "Quando voltarmos e virmos as fotos com cuidado examinaremos como podemos usar os espaços aqui. Ainda há muito o que fazer", adianta o produtor Ian Bryce.

Para viabilizar Aeon Flux, os profissionais de Hollywood irão contratar uma produtora nacional. Os nomes mais cogitados são Conspiração Filmes, Globo Filmes e O2. A escolha está nas mãos de Raul Guterres. "A Conspiração é formada por gente jovem. Ali, conheço Andréia Waddington e pessoas que facilitariam o contato com o presidente Lula", adianta Raul.

O orçamento não foi revelado, mas deve ultrapassar US\$ 70 milhões por se tratar de uma produção entre médio e grande porte. Os nomes cotados para o papel-título também estão em sigilo para não atrapalhar as negociações. Os produtores garantem que são estrelas de peso, com perfil atlético e boa interpretação. "Queremos utilizar Brasília ao máximo. Para isso, precisamos do apoio de todos", diz Raul Guterres, que morou em Brasília por seis anos.

Diante da oportunidade de projetar a capital para as telas do mundo, as secretarias de Cultura e Turismo manifestaram total apoio à produção. Segundo o secretário de Cultura Pedro Borio, a vinda da produtora é sinônimo de emprego e aprendizado. "É importante para difundir a imagem da cidade e gerar empregos. Queremos simplificar a vida dos produtores, facilitando autorizações para ocupar ruas ou prédios públicos". Aos que sonham com glamour, Hollywood fica aqui bem perto. É esperar para ver.

### Quem esteve aqui... e prometeu voltar

**Karyn Kusama**  
Diretora de Boa de Briga (Girlfight - 2000), vencedora do prêmio de Juri para Drama e o prêmio de Melhor Diretor no Sundance Film Festival.

**Ian Bryce**  
Produtor de filmes como Homem-Aranha (2002), Quase Famosos (2000), Resgate do Soldado Ryan (1998), Twister (1996) e Velocidade Máxima (1994).

**Andrew McAlpine**  
Designer de produção de A Praia (2000), O Piano (1993) e Flubber - uma invenção desmiolada (1997).

**Dorcas Gardner**  
Vice-presidente executiva da Paramount Pictures.

**Raul Guterres**  
Coordenador de pós-produção de Escorpião Rei (2002) e coordenador de locação de K-Pax (2001).



Ronaldo de Oliveira



Marcelo Ferreira

Designer de produção Andrew McAlpine, a diretora Karyn Bryce Kusama e o produtor Ian Bryce em visita ao minhócio da UnB, entre outras possíveis locações

## Underground: Cinema : Aeon Flux ambientado em Brasília?

Enviado por RedeRPG em 26/06/2003 13:05:07 (601 leituras) Notícias do mesmo autor

Fonte: UOL

Scooper: "Joshua Falken"



### Brasília pode ser cenário para adaptação cinematográfica de Aeon Flux

BRASÍLIA (Reuters) - O ano é 2500 e a maior parte da humanidade foi extinta. Neste futuro sombrio, Aeon Flux é uma heroína que, como boa parte dos personagens de histórias de animação, vive dividida entre o bem e o mal na última cidade existente sobre a face da Terra, chamada Bregna.

A personagem, que também dá nome a uma série homônima veiculada pela MTV em 1996, vai ganhar vida no cinema a partir do próximo ano em uma produção da Paramount Pictures. Já a cidade futurista, que deve servir de pano de fundo pode mesmo ser Brasília.

A capital, visitada neste final de semana por um grupo de executivos e produtores da Paramount e pela diretora do filme, Karyn Kusama, foi aprovada como cenário ideal para as aventuras de Aeon. Segundo os produtores, apenas a burocracia pode emperrar as filmagens no Brasil.

"Brasília está competindo com Brasília. Não existem outras cidades na disputa", disse à Reuters Raul Guterres, da equipe responsável pelo filme.

Se a produção se concretizar, será a primeira vez que um longa-metragem desse porte terá boa parte de suas cenas externas feitas no Brasil.

O produtor Ian Bryce, responsável por sucessos de bilheteria como o "Homem-Aranha", "O Resgate do Soldado Ryan" e "Indiana Jones e a Última Cruzada", também aprovou a cidade.

"É muito interessante, pois é um cenário futurista, mas diferente, com uma visão de futuro dos anos 60", comentou.

Falta agora adequar os cenários fotografados pelos produtores ao roteiro, trabalho que deve ser feito nas próximas semanas. Depois desta fase, começam os contatos com autoridades brasileiras para viabilizar as filmagens em edifícios como o do Congresso e do Teatro Nacional, dois dos prédios que chamaram mais atenção da equipe da Paramount.

"Estou muito otimista e absolutamente encantada com a cidade. Gostaria muito que as filmagens fossem feitas aqui", afirmou a diretora Karyn Kusama.

Ela ficou conhecida no cenário norte-americano com o filme "Girlfight - Boa de Briga", com o qual ganhou o prêmio de melhor direção no Festival de Sundance em 2000.

Kusama recusa comparações da personagem Aeon Flux com Lara Croft, personificada recentemente na telona por Angelina Jolie.

"Aeon é uma personagem mais intensa, estamos trabalhando com um roteiro, digamos, mais sério do que Lara Croft", acrescentou.

Os produtores e a diretora guardam segredo sobre a protagonista, que ainda estaria sendo escolhida pelo estúdio, mas confirmam que deverá ser uma atriz de "primeira linha", o que significa um cachê em torno de 10 milhões de dólares.

### NA RAMPAS DO CONGRESSO

A realização de um filme como esse, cujo orçamento pode ultrapassar 70 milhões de dólares, pode ser bem lucrativa para Brasília: a previsão da Paramount é gastar no país de 30 a 40 milhões de reais.

Isso incluiria a contratação de extras, técnicos e uma parceria com uma produtora brasileira. Segundo a equipe do estúdio norte-americano, a Globo Filmes e a Conspiração estão entre as mais cotadas.

De acordo com Guterres, enquanto uma empresa brasileira aprende com a experiência em uma produção internacional, ela ajudaria a Paramount a resolver problemas burocráticos para a realização das filmagens.

"O roteiro pode incluir filmagens em locais como a rampa e os túneis de acesso ao Congresso, mas acho que não teremos problemas em conseguir autorização", disse Guterres, acrescentando que o filme deverá começar a ser rodado em novembro no exterior e em janeiro em Brasília, aproveitando o clima chuvoso.

"Isso não será problema, porque a cidade tem um clima 'dark', o que combina bem com um céu nublado", disse ele.

# Going back for the future

Audiences for Paramount's sci-fi action movie *Aeon Flux* may have imagined that computers had a lot to do with the film's backdrops. But as Ben Marcus reports, the movie found this futuristic world in historic Berlin. Directed by Karyn Kusama and starring Charlize Theron, Paramount Pictures' *Aeon Flux* recreates a 25th century world where the citizens of Bregna live under a dome - a glassed-in paradise protecting a remnant of the human population from an Earth that has become toxic. The producers of *Aeon Flux* wanted to create this futuristic world without relying on computerized effects. They first looked to Brasília - a safe city carved out of the Amazon jungle - but eventually found their Bregna in Germany, in the once-divided city of Berlin. "There are astonishing places here, places that had never been photographed, dating from the 1700s to the 1960s," says production designer Andrew McAlphine. "We had access to amazing 400-year-old architecture as well as incredible modern designs. Markus Bensch is responsible for any shooting activity connected to Studio Babelsberg Motion Picture that takes place outside the studio gates. "Berlin has been popular with the big Hollywood studios for the last 10 years and continues to be so," Bensch says, "Apart from being a film-friendly city - as stated officially by the Berlin government in 2001 - Berlin offers subsidies. On top of that, permits are cheap and easy to apply for."

CIDADES & ROTAS 15 DE 2006

## "Aeon Flux": nunca se viu tanto Berlim em filme de Hollywood



O crematório de Treptow, o abrigo de animais de Falkenberg, a Casa das Culturas do Mundo - em "Aeon Flux", estrelado por Charlize Theron, Berlim tornou-se cenário de filme de ficção científica.

Tubo de ventilação da aeronáutica, construído em 1932, é um dos cenários do filme em Berlim

Na verdade, a diretora nova-iorquina Karyn Kusama tinha planejado inicialmente usar Brasília como cenário futurista para seu filme *Aeon Flux*, que estreou na Europa no começo deste ano. Kusama, entretanto, acabou, trocando os prédios de concreto de Brasília pelos de Berlim.

Estrelado por Charlize Theron, a sul-africana que ganhou o Oscar de Melhor Atriz por sua participação em *Monstruo*, o filme se passa em 2411 e conta a história de uma sociedade opressora que habita a cidade de Bregna, isolada do resto do mundo, depois de um vírus ter praticamente dizimado a população mundial em 2011.

Entre escapadas e conspirações, *Aeon Flux* permite um delicioso passeio pela arquitetura contemporânea e antiga de Berlim.

### Orgulho da mídia berlinense

"Os terraços de Sanssouci, as colunas da embaixada mexicana, o Jardim Chinês em Marzahn, e ainda o Arquivo de Bauhaus, o Teatro Renascença, o Estádio Olímpico e o novo abrigo de animais - nunca se passou tanto por Berlim em um filme de Hollywood", afirma o *Berliner Zeitung*.

"A gente pode ficar orgulhoso mesmo, ao ver que a nossa cidade aparece cool e futurista neste filme", acrescenta o jornal.



Theron escala uma cúpula moderna



Casa das Culturas do Mundo, construída em 1957

No filme, Charlize Theron, aliás, a agente secreta *Aeon Flux*, mora no Arquivo da Bauhaus e vai à feira na embaixada mexicana. Mas o cenário de suas ações não se restringe à arquitetura atual de Berlim. A agente do grupo de resistência clandestina passeia pelos terraços rococós de Sanssouci, escala cúpulas modernistas com sua superior no Teatro Anatómico, já pouco conhecida da arquitetura berlinense do final do século 18.

### De asilo de animais a complexo governamental

Um dos mais belos exemplos da nova arquitetura berlinense, o abrigo de animais projetado pelo arquiteto berlinense Dietrich Bamberger, construído para abrigar de 600 a 700 pequenos animais e inaugurado em 2001, tornou-se o principal set de Berlim-Falkenberg aparece como o edifício do complexo governamental de Bregna.



Um pouco de maquiagem gráfica e o abrigo de animais virou set do governo de Bregna

Talvez pelo brutalismo arquitetônico, este novo exemplo de arquitetura berlinense serviu para representar a visão do futuro.

### De sala de condôncias à sala de estar dos tiranos



De sala de condôncias à sala de estar: para alguns, o crematório de Treptow é bastante óbvio

Concluído em 1998, o crematório localizado no bairro berlinense de Treptow e projetado por Axel Schüller, o arquiteto da Chancelaria Federal, é um projeto bastante discutido. Apesar da austeridade do concreto aparente, o peristilo da sala de condôncias é criticado como cênico demais.

Um prato cheio para a diretora norte-americana que transformou a sala de condôncias do crematório berlinense na sala de estar dos tiranos de Bregna.

### Arquitetura rococó sem preocupação

Grande, em meados do século 18, como residência de verão do imperador prussiano, o Palácio Sanssouci, em francês "sem preocupação", foi uma das poucas locações que manteve sua função original no filme de Karyn Kusama.



Contornando sem produções pelas escadarias do Palácio Sanssouci

Patrimônio histórico da humanidade e localizado em Potsdam, a 50 quilômetros de Berlim, os vinhedos do terraço de Sanssouci continuarão sendo um excelente local de passeio e uma imperdível atração turística, mesmo daqui a 400 anos.

### Cena de amor na estação de tratamento de água



Abduzida da estação de tratamento de água: uma história de amor nas águas

Orgulho da engenharia do final do século 19, a estação de tratamento de água de Berlim-Friedrichshagen fornece ainda hoje água tratada nas áreas de suas abóbadas para alguns bairros berlinenses.

No prédio, onde hoje também funciona um museu, Theron se encontra clandestinamente com o ator neozelandês Marton se descobrindo assim o seu amor antes de salvar a humanidade.

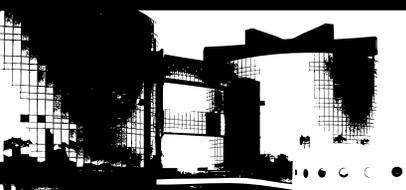
### Final feliz

É evidente que, assistindo *Aeon Flux* ou visitando Berlim, a promessa é grande de um final feliz.



O filme Sanssouci mostra um dos muitos jardins berlinenses

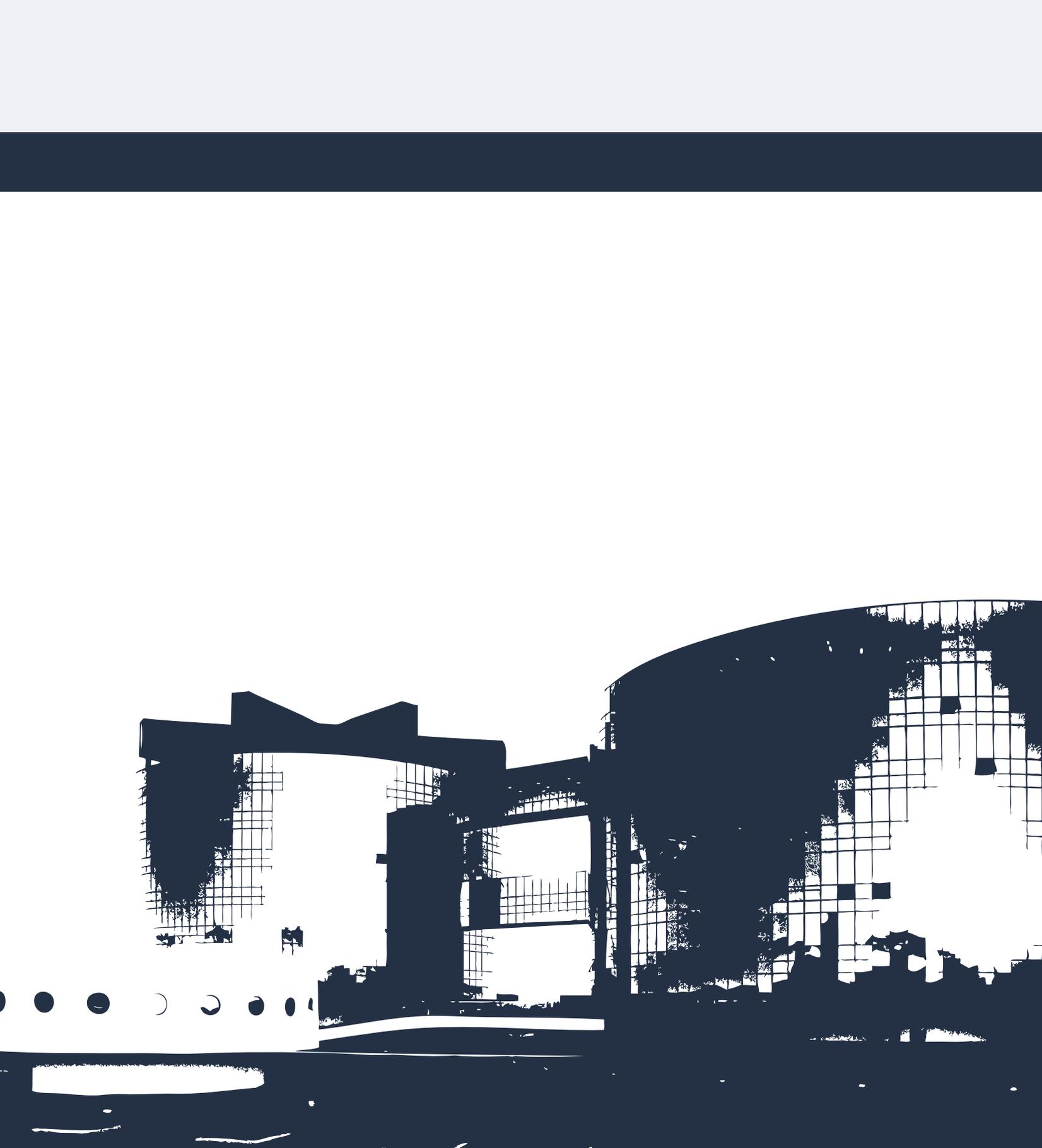
CHARLIZE THERON

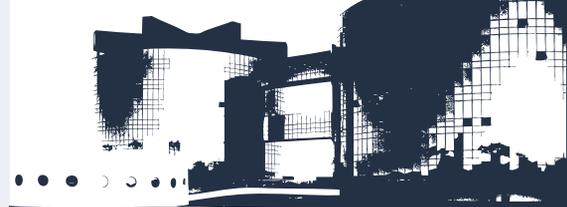




# **1ª Parte**

## **Planejamento Estratégico**





# Premissas

## Panorama atual do turismo em Brasília

Por tratar-se de uma jovem cidade, Brasília está em processo de construção da sua estrutura urbana e de consolidação do potencial de desenvolvimento social e econômico resultante das suas peculiaridades de cidade planejada e capital do País. Nesse cenário, o turismo é uma das principais alavancas de desenvolvimento local.

Brasília está equipada com modernos e confortáveis espaços para evento, conta com excelente padrão de serviços de hospitalidade, possui o segundo maior aeroporto brasileiro em movimento de passageiros e oferece aos seus visitantes programação cultural periódica variada.

<b>Oferta dos serviços turísticos no Distrito Federal</b>	
Hotéis	55 (8.250 Apartamentos/ 17.500 Leitos)
Restaurantes	430
Agências de turismo	540
Guias de turismo	366
Agências de transporte receptivo	62
Empresas de eventos	186

Fontes: ABIH/DF – BRC&VB – ABAV/DF – ABARE/DF – Brasilatur - Dezembro 2008

De acordo com pesquisa realizada em 2008 pelo *Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília* sobre o perfil do turista de lazer e negócios em Brasília, cerca de 60% dos turistas pesquisados aprovam a qualidade dos serviços e das instalações de hospedagem, bem como a oferta de lazer e entretenimento local.

Os motivos de visita à cidade são vários: por sediar a representação dos Três Poderes da República, por ser pólo de representações corporativas e diplomáticas de mais de 80 países, por estar entre as cidades mais visitadas no mundo pela sua arquitetura e planejamento urbano e por ser a única cidade planejada a receber o título de **Patrimônio Cultural da Humanidade**.

O fluxo de turistas em Brasília teve início quando se estabeleceu o canteiro de obras da construção da nova capital. O plano piloto do urbanista Lúcio Costa, os monumentos do arquiteto Oscar Niemeyer e o contraste da modernidade com o cenário típico do cerrado goiano foram (e ainda são) motivadores de visitas a Brasília. A construção da capital foi também considerada laboratório tecnológico em razão das soluções de engenharia aqui desenvolvidas para realização das obras modernistas constantes do planejamento urbano da cidade. Ainda hoje, essas inovações tecnológicas da engenharia são alvos de pesquisas internacionais e motivam visitas de várias escolas de arquitetura e urbanismo.

<b>Atrativos turísticos de Brasília</b>	
Espaços culturais	38
Atrativos turísticos	14
Esculturas e obras de arte	10
Bens culturais tombados – plano piloto	12

Fonte: *Mapa dos Espaços Culturais do DF/2009* - DEPLA

## Jornal de Brasília

15/11/2008

O turismo do DF ainda é mantido pelos negócios realizados aqui, que são responsáveis por trazer 48% dos visitantes, e a menor fatia do turismo no DF corresponde ao lazer, com apenas 4,9%. Segundo a Subsecretária de Turismo do DF, Solete Foizer, “existe muito trabalho e esforço para garantir investimento nesse setor. Dependemos de dinheiro público, emendas parlamentares, boa vontade política e uma das soluções mais eficazes que encontramos foram as parcerias com empresas privadas”. O turismo tem atualmente uma participação de 3% no PIB local; o número é considerado bom, mas abaixo de média nacional.



Pesquisas confirmam que a comida é um dos três primeiros fatores apontados por pessoas do mundo inteiro na escolha de um destino turístico – assim, vale ressaltar que Brasília sobressai como um dos principais pólos gastronômicos do Brasil, com mais de 400 restaurantes que oferecem comidas típicas nacionais e internacionais, com padrões de preços e qualidades para diversas classes e paladares.

Em 2007, a **Empresa Brasileira de Turismo (Brasiliatur)** foi criada como órgão gestor da atividade, com moderna estrutura organizacional e proposta inovadora de desenvolvimento do turismo, tendo como missão principal fazer da atividade um dos vetores socioeconômicos do DF. Com planejamento arrojado, a *Brasiliatur* tem suas ações voltadas para a estruturação da hospitalidade e promoção de Brasília como pólo receptivo de turistas de variados segmentos. O potencial atrativo da cidade – arquitetura ímpar, localização estratégica no centro do Brasil, belezas naturais e monumentais – é o foco das ações promocionais e prospectivas de desenvolvimento da atividade por esse novo modelo de gestão.

A *Brasiliatur* lançou recentemente um plano de ações para desenvolver o turismo na capital federal. As atrações cívicas, arquitetônicas, culturais e artísticas serão revitalizadas e constarão de um programa de promoção nacional e internacional. Estão previstos ainda a criação de centros de atendimento ao turista, ônibus circular turístico (que contemplará em seu itinerário os principais pontos de atração da cidade) e a revitalização da orla do Lago Paranoá. O objetivo é criar estrutura receptiva para aumentar o volume de visitantes na cidade, principalmente estrangeiros, além de estimular a permanência dos turistas de negócios e eventos.

### Os roteiros atuais de Brasília



**Turismo Cívico/Arquitetônico:** representando o gesto ousado do então presidente Juscelino Kubitschek, fundador da nova capital, aliado ao projeto urbanístico de Lúcio Costa e aos monumentos de Oscar Niemeyer.



**Turismo Ecológico/Rural:** Brasília oferece mais de 120m<sup>2</sup> de área verde por habitante, quando os padrões internacionais estabelecem que o “ótimo” são 25m<sup>2</sup>. São 17 parques urbanos e áreas de proteção ambiental; diversas opções de lazer ecológico, como cachoeiras, grutas e lagoas; farta rede de hotéis-fazenda e chácaras; e cidades históricas que preservam a memória da região.



**Turismo Místico/Religioso:** Profecias diversas fazem parte da história de Brasília muito antes de sua construção. Desde o início, a nova capital abriu as portas para todos os credos. Assim teve origem a diversidade ecumênica e o simbolismo místico que permeiam a obras e monumentos da cidade.

## Jornal de Brasília

21/01/2009

O GDF inaugura o 1º Centro de Atendimento ao Turista da cidade. O centro foi aberto na manhã de ontem no Museu da República, mas outros 12 CATs devem ser inaugurados até o final do ano nos principais pontos turísticos do DF. O posto contará com folders, mapas, uma maquete 3-D dos principais pontos do Plano Piloto e atendentes bilíngües treinados para dar orientações aos turistas.

## Jornal de Verdade

01/2009

Brasília ganhará em março um serviço especial de city tour, que será feito por meio de ônibus de dois andares e contemplará três roteiros: cívico, cultural e noturno. Os ônibus terão um layout diferenciado para facilitar a identificação pelo usuário, o teto do segundo andar removível para permitir a melhor visualização dos pontos turísticos. Serão equipados com câmeras de segurança, sistema de som para transmitir aos passageiros informações em português, inglês e espanhol sobre a cidade. Os bilhetes podem ser adquiridos em pontos estratégicos, como nos setores hoteleiros, aeroporto e principais monumentos da cidade.



Nesse contexto, o destino turístico Brasília está em pleno processo de estruturação e expansão, destacando os seguintes aspectos: qualidade do parque hoteleiro, diversidade gastronômica, conforto e segurança urbanos, modernidade e diversidade cultural e excelência nos serviços receptivos.

## Tribuna do Brasil

04/12/2008

*Brasiliatur* e *Sebrae-DF* esperam colocar em prática 32 ações no setor turístico. Para isso, serão investidos pelo menos 30 milhões em atrações cívicas, arquitetônicas, culturais, rurais e artísticas. “Queremos consolidar a capital federal como rota dos grandes destinos turísticos do Brasil”, disse o presidente da *Associação Brasileira de Turismo Receptivo*, Yoshihiro Karashima.

## Jornal de Brasília

10/12/2008

O *Bureau Internacional de Capitais Culturais* (Ibocc) escolheu cinco cidades no mundo para apresentar suas sete maravilhas locais; escolhidas por meio de uma consulta popular, a partir de uma lista de 25 pré-candidatas. Brasília teve mais de 70 mil votos, um número bem expressivo quando comparado ao das outras cidades presentes na lista como Barcelona e Madrid, que tiveram 35 mil votantes cada.



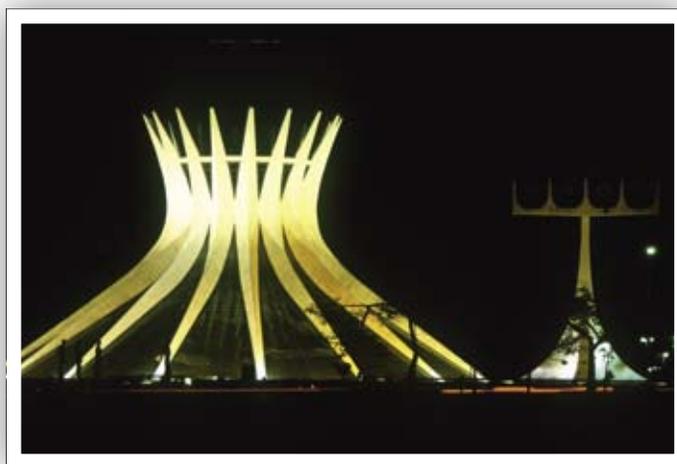
A integração entre a *Brasiliatur* e a *Secretaria de Estado de Cultura* garante o planejamento da atividade de maneira a valorizar a identidade cultural local, com ações conjuntas que visam à atratividade turística e ao enriquecimento da programação cultural no DF. Projetos como a criação do “Espaço Niemeyer” (próximo ao Teatro Nacional) destinado a shows e eventos que atualmente ocorrem no gramado central da Esplanada, revitalização e reforma de monumentos e espaços públicos e a realização de festivais de cultura e festas tradicionais são planejados em conjunto por essas unidades gestoras.

Ainda no segmento de eventos, um diferencial de Brasília é o ***Núcleo de Eventos (NUEV)*** da *Secretaria de Segurança Pública do Distrito Federal*, unidade que integra todos os serviços necessários para a segurança e logística em realização de eventos de médio e grande porte no Distrito Federal – incluindo receptivo de delegações internacionais e Chefes de Estado, por ser capital federal. Tamanha eficiência fez do NUEV destino de *benchmarking* nacional.

Com relação à segurança pública, desde 2001 o ***Grupamento Especializado de Policiamento Turístico (GPTUR)*** da *Polícia Militar* se apresenta como fator diferencial na cidade. Os policiais, homens e mulheres com curso superior completo e fluência em pelo menos dois idiomas, são escolhidos na própria corporação. Com ponto de apoio ao turista no *Centro de Atendimento ao Turista (CAT)* do *Aeroporto Internacional JK*, o grupamento especializado executa o policiamento nos principais pontos turísticos da capital, conciliando o serviço de manutenção da ordem pública com a prestação de informações sobre a cidade.

***UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UnB)*** - A instituição também participa da atividade de planejamento do turismo no Distrito Federal, através do “Centro de Excelência em Turismo” da *Universidade de Brasília*, com realização de pesquisas na região e estudos específicos que visam ao desenvolvimento sustentável da atividade. Recentemente foram realizadas as seguintes pesquisas:

- Subsídios Ambientais Para a Gestão do Turismo no Distrito Federal
- Indicadores Econômicos para o Planejamento do Turismo no Distrito Federal
- Perfil e Satisfação do Turista de Lazer e Negócios em Brasília



## Entidades representativas

**BRC&VB** - Com a função de congregar as empresas turísticas do DF e ser o elo dos poderes público e privado, está o *Brasília e Região Convention & Visitors Bureau*. Esta fundação sem fins lucrativos desenvolve ações voltadas para a captação de eventos e negócios turísticos para Brasília, bem como a promoção do destino nos principais pólos emissivos. Dentre os associados do *BRC&VB* estão as principais associações de empresas turísticas, como de hotéis (*ABIH*), restaurantes (*ABRASEL*), agências (*ABAV*), operadoras de receptivo (*ABARE*) e empresas de eventos (*ABEOC*).

**ABIH/DF** - A *Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis de Brasília*, criada em 1991, tem por objetivo trabalhar em parceria com o poder público, a fim de fomentar a atividade turística e manter a movimentação da cadeia produtiva da atividade, resguardando assim a qualidade dos serviços e das instalações hoteleiras ofertadas ao público visitante de Brasília. A rede de hotéis locais atende aos diversos padrões de turistas nacionais e internacionais, com variação de requinte, conforto e preços. A oferta de hospedagem em dezembro de 2008 é da ordem de 8.250 apartamentos e 17.500 leitos

**ABRASEL** - A *Associação Brasileira de Bares e Restaurantes* promove anualmente os festivais “Sabor Brasília”, “Sabor Brasil” e “Bar em Bar”, todos ressaltando a diversidade gastronômica local a partir da valorização de ingredientes regionais e a produção local de gêneros alimentícios. Em Brasília, cerca de 80 restaurantes participam dos eventos, que acontecem nos meses de abril e maio com receitas originais, promoções, brindes e eventos paralelos voltados à degustação e ensino de técnicas gastronômicas. O festival “Bar em Bar” é realizado nos meses de outubro a dezembro em diversos bares da cidade, cujos principais atrativos são os tira gostos inusitados e as bebidas de excelente qualidade.

**ABARE** - Os serviços de receptivo, logística e informações relativas à hospitalidade, estão organizados desde 2005 com a criação da *Associação Brasiliense das Agências de Receptivo*. São cerca de 20 empresas equipadas com modernos veículos para locação e fretamento para grupos, bem como guias de turismo e serviços que auxiliam no conforto e otimização da estada de turistas em Brasília.

**ABEOC** - As empresas organizadoras de eventos, por meio da *Associação Brasileira das Empresas de Eventos do Distrito Federal*, oferecem qualidade em serviços e artigos para eventos, além de espaços específicos para variadas ocasiões. A experiência dessas empresas é fruto da atuação em eventos corporativos, institucionais e científicos que são realizados rotineiramente em Brasília.

## Tribuna do Brasil

28/08/2008

O **GDF** e o **BNDES** federal celebrarão convênio de cooperação técnica e de troca de informações para estruturar projetos de concessão e **Parcerias Público-Privadas** (PPPs). A parceria permitirá ao governo local alavancar projetos de infraestrutura com a iniciativa privada tendo suporte técnico da entidade brasileira com maior experiência em estratégias no setor, visando a modernização do Estado com a participação de capital privado.



## Jornal de Brasília

14/11/2008

O turismo na capital possui um forte elemento propulsor: a copa do mundo de 2014 que será realizada no Brasil. Apesar de parecer distante, a **Copa do Mundo** é considerada uma data-limite para conclusão de uma série de obras e reformas. Elas são determinantes para a recepção do turista e melhoria da qualidade de vida do residente. O vice-governador Paulo Octavio exemplificou a importância de eventos esportivos para o turismo citando as Olimpíadas de 2000: “quando a Austrália venceu a disputa, ela tinha a mesma quantidade de turistas por ano do Brasil (5 milhões), e em 2000, recebeu 22 milhões de turistas.” Mesmo com o título de Patrimônio Mundial da Humanidade, Brasília tem dificuldade de divulgação.

### Um setor em transição

Durante um longo período, Brasília foi considerada um destino eminentemente emissor, reforçando uma imagem desfavorável em relação ao seu potencial para atrair turistas nacionais e internacionais. Na década de 90, em função de mudanças significativas na economia do País, do interesse do governo local em desenvolver o turismo e do consequente estreitamento nas relações entre instituições públicas e privadas, ser capital federal contribuiu para que a demanda turística aumentasse, especialmente em razão dos aspectos relacionados ao interesse na realização de negócios.

Esse fato favoreceu a estruturação da oferta voltada para o segmento de turismo de negócios e eventos, beneficiado pela implantação de cadeias hoteleiras nacionais e estrangeiras, bem como equipamentos importantes à realização de eventos (centros de convenções, auditórios, áreas de exposições, entre outros). Aumentaram as vantagens competitivas em relação a outros destinos, em razão de itens importantes como segurança, localização geográfica estratégica, malha aérea, proximidade dos locais dos eventos com rede hoteleira e aeroporto, clima, proximidade dos três poderes da República, entre outros.

No tocante ao turismo de lazer, não há ainda uma cultura voltada ao segmento, nem mesmo entre o receptivo local, que ao longo dos anos limitou a oferta de passeios locais ao tradicional roteiro Esplanada dos Ministérios/Plano Piloto. A formatação de novos roteiros que agreguem atrativos diversificados, ou seja, que fujam desse tradicional *city tour*, deve ser considerada como desafio no âmbito do turismo do DF/Brasília. Primeiro, para aumentar o ingresso de turistas com interesse no lazer; segundo, para aumentar a permanência média/pernoites desses turistas na cidade, tanto daqueles que ingressam na cidade via aérea somente como portão de entrada para outros destinos, notadamente em Goiás (Alto Paraíso, Pirenópolis, Caldas Novas), como dos que visitam a cidade por motivo de participação em eventos.

O mais importante é que esta mudança de cultura esteja atrelada a estratégias comerciais reais. Ou seja, a criação de produtos que estejam alinhados ao interesse de mercados, analisados por meio de pesquisas específicas, tais como perfil de consumidores, potencial de atratividade e competitividade com outros destinos. É de relevante importância também manter esforços para divulgar a programação cultural em hotéis e equipamentos públicos; elaborar tarifas promocionais de fim de semana e baixa temporada, agregando atrativos de lazer, fomentar as opções de roteiros com outras localidades de região centro-oeste, aumentando o turismo intra-regional; e promover pacotes promocionais dirigidos a mercados localizados até quinhentos quilômetros de Brasília, que possibilite o uso de transporte rodoviário.

No contexto do turismo receptivo internacional, esse delineamento é fundamental e imprescindível, estando amparado por todos os estudos e pesquisas já realizados, a exemplo do ***Plano Aquarela do Ministério do Turismo 2007/2010***, o qual apontou as principais tendências mercadológicas do Brasil no âmbito do turismo mundial. Há portanto a necessidade de um alinhamento de estratégias institucionais (gestão pública) e comerciais (operadoras/agências de viagens), que só poderá ser alcançado com a atuação devida de cada ator.

## Panorama atual do audiovisual em Brasília

Brasília já foi o terceiro maior mercado produtor audiovisual do Brasil, porém, em razão da baixa produtividade, sobretudo por ocasião da crise no setor na década de 90, a cidade desceu algumas posições no *ranking* nacional. Entretanto, desde 2008 iniciou-se uma franca retomada produtiva, que culminou no recorde de filmes inscritos no “Festival de Brasília do Cinema Brasileiro” e na consolidação da quarta posição em número de projetos inscritos na *Agência Nacional do Cinema (ANCINE)*.

Esse crescimento vem ocorrendo a despeito da ausência de uma política do governo local para o setor. Para se ter uma ideia, o audiovisual passou os últimos dois anos sem recursos estatais para fomento da produção. Os investimentos, nesse período, estiveram restritos a patrocínios privados. Outro exemplo é o *Pólo de Cinema e Vídeo*, que 15 anos após sua inauguração encontra-se sucateado, com problemas de infiltrações, de revestimentos acústicos no estúdio, o que vem inviabilizando a realização de produções no espaço.

Somente no segundo semestre de 2008, o *Governo do Distrito Federal* passou a atuar no sentido de retomar as ações de fortalecimento da atividade da indústria audiovisual na cidade. Uma importante vitória foi a aprovação na *Câmara Legislativa* de um novo mecanismo de fomento que estabelece que 0,3% do que for arrecadado pelo estado será destinado à cultura, multiplicando em dez vezes o valor da contribuição financeira para fomento da produção local. Com o novo **Fundo de Apoio à Cultura (FAC)**, o Distrito Federal passa a ser o primeiro estado brasileiro a vincular os recursos da cultura à arrecadação fiscal do estado e alcança assim o mais alto patamar nacional - pelos cálculos iniciais, o FAC poderá acumular R\$36 milhões em 2009.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo criou um Fórum Estratégico para debater o **Parque de Multimídia e Entretenimento**, assunto que demanda definições estratégicas específicas e estreitamento de ideias com o setor privado. Ações paralelas surgiram e estão corroborando para o mesmo objetivo. O **SEBRAE/DF** criou o programa **DF Criativa**, que mapeou e identificou a oferta cultural da cidade, através de um inventário de artistas, produtores, empreendimentos, mídias e janelas de exibição ligados à música e ao cinema. O material está disponível no site [www.dfcriativa.com.br](http://www.dfcriativa.com.br). Nesta mesma linha, o **Ministério da Integração** sinalizou as primeiras ações para criação de um **Arranjo Produtivo Local** sobre o tema.

Por ora, a comunidade audiovisual se preocupa em criar condições competitivas nas quais o cinema brasiliense, a despeito das inevitáveis circunstâncias desfavoráveis, possa se desenvolver com estabilidade, firmando-se como indústria criativa de expressão transnacional, além de viável economicamente. Para isso, vem pressionando o Estado a reavaliar três de seus grandes “tesouros”: a necessidade de se definir critérios claros e transparentes para utilização dos novos recursos do

FAC, o questionamento sobre a modernização do formato do Festival de Cinema e o futuro do Pólo. Percebe-se portanto que é vital que os gestores do setor reavaliem a visão estratégica e as políticas públicas da indústria audiovisual local, não apenas para suavizar as crises em pauta, mas para reposicionar Brasília ao posto de cidade com diretrizes modernas e inovadoras.

Segundo levantamento da *Secretaria de Cultura do DF*, a capital conta com 458 entes e agentes na atividade cultural. O site *DF Criativa 2008 – Sebrae/DF* apresenta um cadastro de 69 espaços e 48 grupos culturais, superando, por exemplo, as associações, que somam 24 no total.

### Correio Braziliense

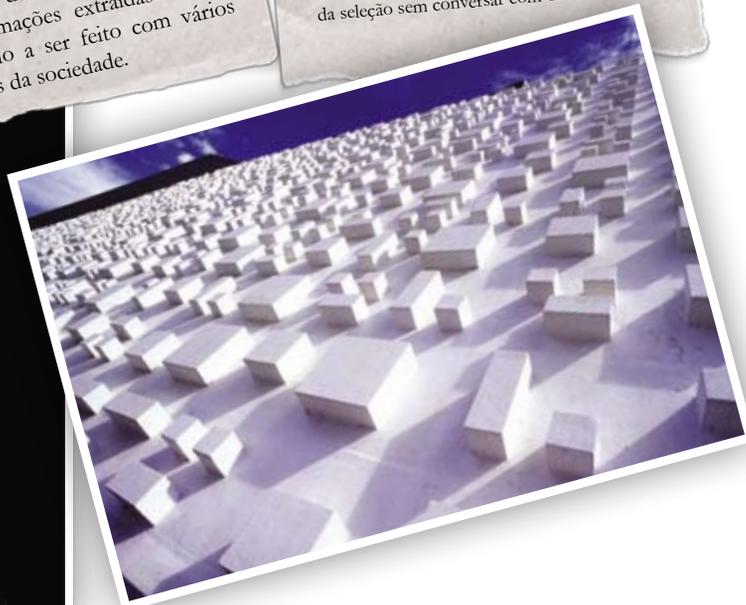
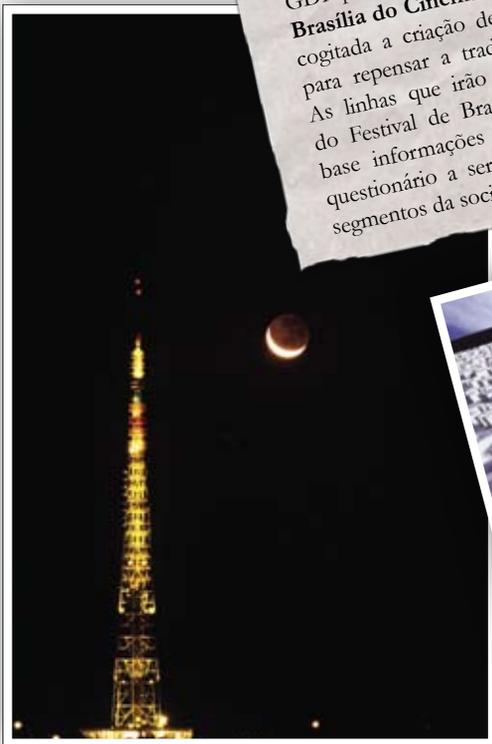
28/11/2008

Uma pesquisa junto ao setor cinematográfico e a sociedade civil deverá alimentar os projetos do GDF para mudanças no **Festival de Brasília do Cinema Brasileiro**. Foi cogitada a criação de um conselho para repensar a tradicional mostra. As linhas que irão traçar o futuro do Festival de Brasília terão como base informações extraídas de um questionário a ser feito com vários segmentos da sociedade.

### Tribuna do Brasil & Correio Braziliense

18/02/2009

500 artistas de Brasília fazem protesto na rodoviária e na sede da secretaria de cultura para o que batizaram de **Fórum de Cultura do DF**, com a intenção de cobrar o cumprimento da lei que criou o FAC. O anúncio do edital de 2009 provocou nova onda de insatisfação, já que, segundo os integrantes do fórum, a secretaria de cultura teria definido as regras da seleção sem conversar com os artistas.



## 1956

Brasília teve suas primeiras filmagens registradas realizadas antes mesmo de sua criação. Em 1956, cinegrafistas como Jean Mazon, Hebert Richers, Isaac Rosemberg e outros anônimos se posicionaram atentamente no inóspito cerrado goiano para registrar os primeiros movimentos de construção da futura capital do Brasil.

## 1962

Em 1962, surgiu em Brasília o primeiro curso de cinema do Brasil em universidade pública. Nelson Pereira dos Santos integrava o time de professores do curso da *UnB* e realizou com seus alunos um dos primeiros filmes rodados na cidade: “Fala Brasília”.

## 1991

Em 1991, através do Decreto 13.674/91, foi criado o Fundo de Apoio à Cultura. O objetivo era prover recursos a pessoas físicas e jurídicas domiciliadas no DF para difusão e incremento das atividades artísticas e culturais. Nos anos seguintes, o fundo foi reformulado, até que, em 1999, foi instituído como **Fundo da Arte e da Cultura**, contando com 33% sobre a receita própria arrecadada pela extinta Fundação Cultural do DF. Os recursos eram provenientes da locação dos espaços por ela administrados; percentual de 1% sobre o valor dos recursos do Fundo de Desenvolvimento do DF (Fundefe); contribuições e subvenções de instituições financeiras oficiais, entre outros.



## 1965

Em 1965, Paulo Emílio Salles Gomes criou o evento que daria origem ao “**Festival de Brasília do Cinema Brasileiro**”, o mais antigo e um dos mais importantes do País, hoje em sua 41ª Edição.



FOTO: ACERVO SECRETARIA DE CULTURA DO DF

## 1985

O registro de imagens e importante instrumento de documentação de Brasília passam a ficar a cargo do **Arquivo Público do Distrito Federal**, criado em 1985 por meio de Decreto, e definido como instituição arquivística pública do Poder Executivo e órgão central do Sistema de Arquivos do Distrito Federal, através da Lei nº 2.545/2000. O *ArPDF* reúne toda documentação que retrata a história da Capital, desde o período da interiorização, a construção da cidade e a inauguração, e ainda hoje, sistematicamente, registra os acontecimentos históricos atuais.

## 1993

Em 1993, uma iniciativa inusitada iria colocar Brasília novamente na vanguarda: a inauguração do **Pólo de Cinema e Vídeo Grande Otelo**. Localizado em Sobradinho, a 18 km do Plano Piloto, numa área total de 400 hectares, o Pólo continha em suas instalações um estúdio de 600m<sup>2</sup>, com sede administrativa capaz de abrigar até duas produções simultâneas de médio porte. Já na primeira década de existência, foi contabilizada uma série de oficinas e cursos sobre roteiro, montagem, direção, interpretação, fotografia, som, efeitos especiais e maquiagem; e um total de 80 títulos realizados sob seu patrocínio, co-patrocínio, financiamento ou apoio.



FOTO: ACERVO SECRETARIA DE CULTURA DO DF

## Década de 90

E é aqui, na década de 90, que acontece o grande **boom do cinema brasiliense**, com destaque para cineastas, fotógrafos e produtores como José Eduardo Belmonte, André Luiz da Cunha, Mauro Giuntini, Érika Bauer, Rojer Madruga, Afonso Brazza, René Sampaio, entre outros.

Quase 250 obras foram realizadas na cidade até os dias de hoje, segundo levantamento informal utilizando cadastros do Pólo de Cinema e Vídeo Grande Otelo, catálogos do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro e outras mostras realizadas no DF, além do livro “Cinema Candango, matéria de jornal”, de Wladimir de Carvalho.

<b>Curtametragens</b>		<b>Médiametragens</b>		<b>Longametragens</b>	
169		9		66	
<b>Formato</b>					
35mm		16mm		Vídeo	
174		64		5	
				Betacam	
				1	
<b>Gênero</b>					
Animação		Documentário		Ficção	
3		55		86	

Na década atual, muitos movimentos para ordenamento do setor tiveram início e muitas entidades foram criadas, estreitando assim a representatividade de interesses de classes diversas da indústria audiovisual local.

### Entidades representativas

**ABCV** - Fundada em 1978, a *Associação Brasiliense de Cinema e Vídeo* busca “defender o filme e o vídeo documentário e de ficção de curtas, médias e longasmétragens de caráter cultural, técnico, artístico, didático, científico ou informativo; (...) e a representação de seus filiados no âmbito de suas atividades ligadas ao cinema, ao vídeo e à TV”. Possui cerca de 200 profissionais associados.

**AIA** - Fundada em 2007, a *Associação da Indústria Audiovisual de Brasília* visa ao “desenvolvimento, valorização, coordenação e representação legal das empresas que atuam no setor audiovisual, regulamentação e normatização, sejam estas produtoras de cinema, áudio, vídeo, computação gráfica e conteúdos de internet com base territorial no Distrito Federal”. Possui 14 empresas associadas.

**APBA** - Fundada em 2005, a *Associação de Produtoras Brasileiras do Audiovisual* representa o setor de cinema, TV e infraestrutura para “a defesa da regionalização, diversidade cultural e produção independente, a aprovação no Congresso Nacional do PL 29, a isenção do ISS, o expurgo do uso degenerado da Lei Rouanet, a entrada do CADE na atividade, a defesa dos

direitos autorais e patrimoniais, a isenção de impostos para a importação do equipamento sem similar nacional”. Possui seis empresas associadas no Distrito Federal.

**APROCINE** - Fundada em 2003, a *Associação dos Realizadores e Produtores de Filmes de Longametragem* busca “fomentar a produção audiovisual, formar e aperfeiçoar o pessoal técnico e artístico, preservar, manter e conservar os filmes de Brasília, ampliar e promover a melhoria da distribuição de filmes e produtos audiovisuais, realizar mostras e eventos”. Possui 16 associados.

**ATA/DF** - Fundada em 2008, a *Associação de Atores e Técnicos em Audiovisual do DF* objetiva prestar assessoria jurídica, assessorial fiscal, defender os direitos trabalhistas e promover a capacitação de seus associados. Possui 30 associados.

## Capital cinéfila

A despeito do cenário que o setor vivencia, o gosto pela sétima arte é o grande ponto de convergência dos habitantes da cidade. Em pesquisa realizada pelo *SEBRAE/DF* em 2008 para traçar o perfil do consumidor cultural local, 82% dos inquiridos optaram como atividade de maior preferência o cinema. Além disso, na avaliação dos estabelecimentos, o nível de aprovação também foi o mais alto: 92%.

Outras pesquisas de mercado apontam que 77% da população de Brasília costuma ir ao cinema pelo menos uma vez por mês, sendo esse o maior índice do País. Em 2005, o DF foi apontado como a região com maior número de salas de cinema por habitante, sendo por essa razão considerada por especialistas como um dos mais importantes mercados de cinema do Brasil, o que deu a Brasília o título informal de capital cinéfila do Brasil.

### Correio Braziliense

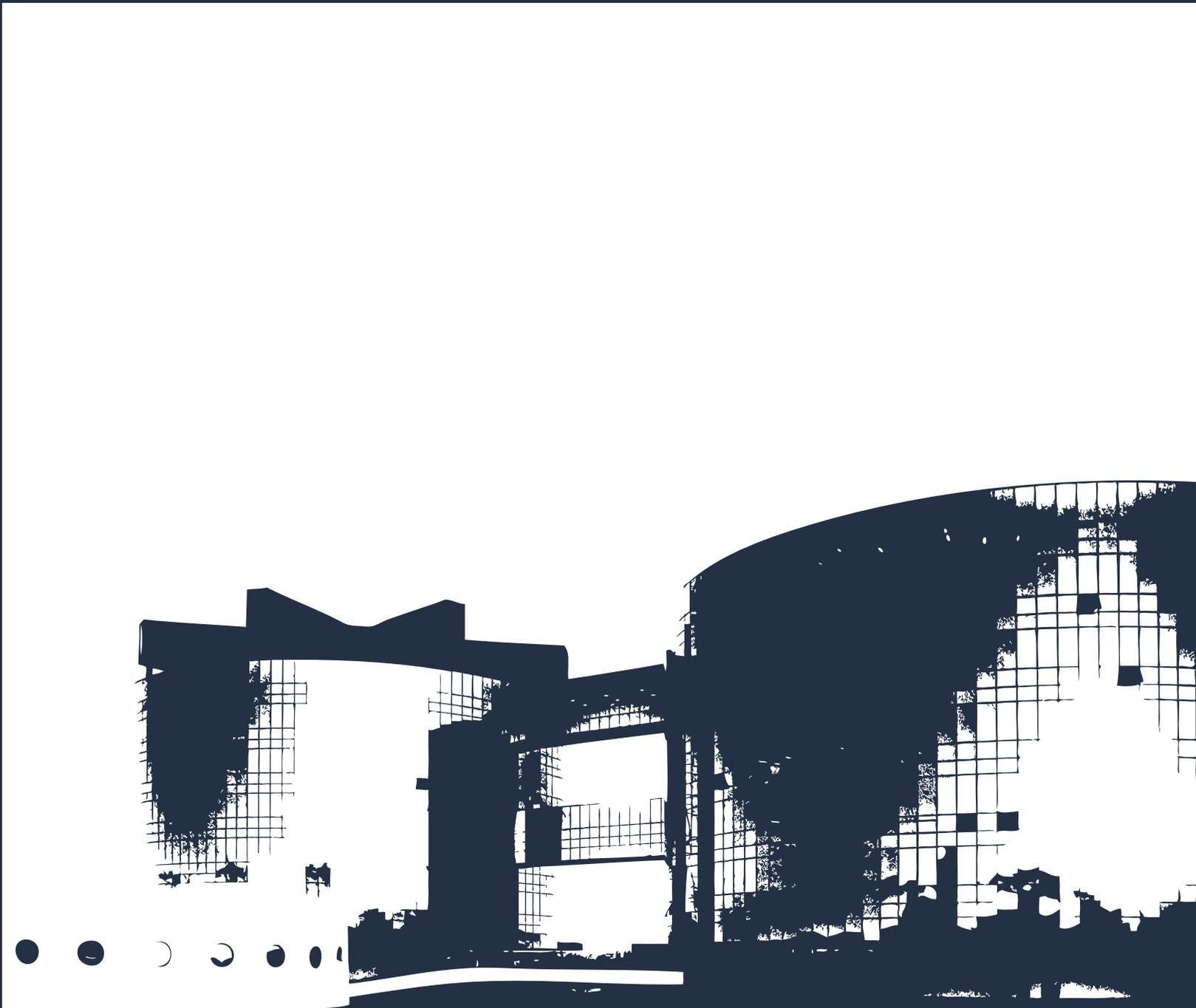
03/04/2006

O DF despontou em 2005 como o lugar do Brasil com maior número de salas de cinema por habitante. Segundo Pedro Bucher, crítico de cinema, “hoje é possível dizer, sem dúvida, que o DF é um dos mais importantes mercados de cinema do Brasil”. Como resultado, os filmes lançados com poucas cópias chegam cada vez mais cedo a Brasília. “Brasília é um lugar especial. Até nos casos em que temos pouquíssimas cópias, é prioridade”, diz Marco Aurélio Marcondes, da *Europa Filmes*.

### Jornal de Brasília

23/12/2008

Apenas 8,7% dos municípios brasileiros têm salas de cinema. O brasiliense, bem mais do que o brasileiro, é um privilegiado, já que se pouco mais de 91% dos municípios não tem salas de cinema, o Distrito Federal tem noventa e uma salas, e alcançaria números ainda maiores se não tivessem sido fechadas alguns dos espaços tradicionais, como o *Cine Karim*, *Cine Atlântida* e o *Cine Márcia*.



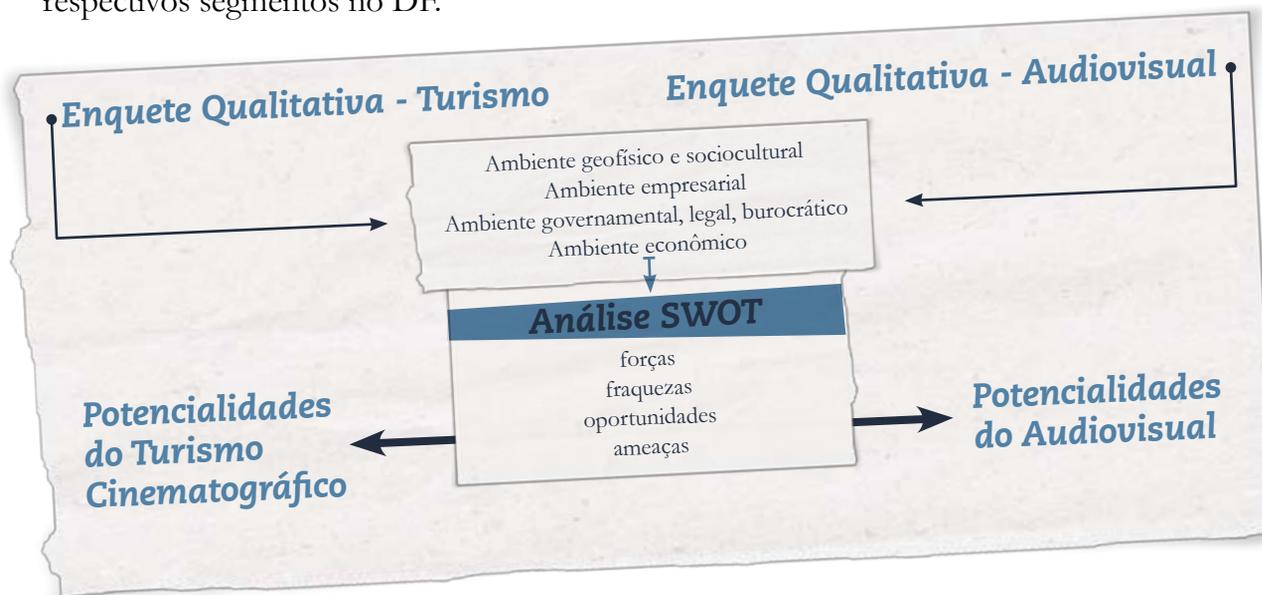
# Diagnóstico

## Pesquisa/Enquete qualitativa

Buscando vislumbrar as oportunidades de desenvolvimento do turismo cinematográfico do qual Brasília passa a ser o destino referência para o País, contextualizamos a atual conjuntura das cadeias produtivas do turismo e do audiovisual na cidade a partir das premissas contidas neste documento.

Entretanto, como ambos os mercados careciam de dados atualizados e consistentes, as premissas deste diagnóstico tiveram como base a compilação de dados existentes nos órgãos responsáveis pela gestão pública do turismo e da cultura na região, respectivamente a *Brasiliatur* e a *Secretaria de Cultura do DF*. Foram pesquisados ainda os bancos de dados de instituições e entidades privadas que compõem o *trade* turístico e o setor audiovisual local.

O diagnóstico do potencial do setor utilizou como modelo o **Estudo de Sinergia entre as Indústrias do Turismo e do Audiovisual Brasileiras**, produzido em 2007 pelo *Ministério do Turismo* e o *Instituto Dharma*: uma enquete qualitativa com base nos ambientes de influência destes setores, e a chamada análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) dos respectivos segmentos no DF.



Tais diagnósticos foram validados por representantes de ambos os setores nos seminários realizados para composição do arranjo institucional local e foram de grande valia para a composição da chamada **Matriz de Demanda Organizada**.

## Metodologia e Amostra Pesquisada

Utilizamos uma abordagem qualitativa com aplicação de questionários para auto preenchimento conforme escala de valor apresentada, enviados por e-mail simultaneamente durante o mês de junho de 2008.

No turismo, partimos de uma lista com 35 nomes de representantes de segmentos e entidades de classe ligados diretamente à atividade turística no DF, bem como dirigentes e ex-dirigentes do órgão oficial de desenvolvimento turístico local. Foram selecionados 15 nomes que atendiam às especificações da metodologia da pesquisa. Foram devolvidos sete questionários preenchidos.

No audiovisual, a amostra pesquisada constituiu-se de representantes das associações de classe, produtores com experiência em produções transnacionais e representantes do governo ligados às questões da cultura e da produção audiovisual em Brasília. Partindo de uma lista de 40 nomes, foram selecionados 14 que atendiam às especificações exigidas e 50% deste total respondeu à enquete.

## Critérios de Pontuação

### A importância relativa do item no contexto de competição global:

- Peso 1: nenhuma importância - peso relativo insignificante
- Peso 2: pequena importância - peso relativo pequeno
- Peso 3: média importância - peso relativo médio
- Peso 4: grande importância - peso relativo grande
- Peso 5: vital importância - peso relativo muito grande

### A situação de desenvolvimento atual do item no DF:

- Nota 1: condições péssimas - não competitivo
- Nota 2: condições ruins - pouco competitivo
- Nota 3: condições razoáveis - medianamente competitivo
- Nota 4: condições boas - competitivo
- Nota 5: condições excelentes - vantajosamente competitivo

## Ambientes

O questionário continha 47 enunciados fechados, agregados em quatro grandes grupos:

### 1- Grupo de itens relativos ao ambiente geofísico e sociocultural:

**TURISMO:** Conjunto de características geofísicas e socioculturais que compreendem desde a formação dos produtos turísticos até os aspectos sociais, passando pelas atividades de suporte à atividade, como infraestrutura, telecomunicações, serviços, gestão de pessoal, sinalização, entre outros.

**AUDIOVISUAL:** Conjunto de características geofísicas e socioculturais, incluindo desde aspectos inerentes da região geográfica do DF, até a infraestrutura de suporte à exploração de tais recursos, como telecomunicações, estradas, aeroportos, passando também pelos aspectos humanos e culturais.

### 2- Grupo de itens relativos ao ambiente empresarial:

**TURISMO:** Conjunto de qualidades e fragilidades das empresas que operam no mercado, produtos e serviços turísticos; inclui marketing e promoção de atrações e atividades.

**AUDIOVISUAL:** Conjunto das qualidades e fragilidades das empresas que operam nos diversos segmentos do mercado e da força de trabalho envolvidos com a atividade audiovisual.

### 3- Grupo de itens relativos às questões públicas, governamentais, legais e burocráticas:

**TURISMO:** Conjunto de fatores em que a gestão pública interfere na atividade turística. Inclui políticas públicas, incentivos, articulações e continuidade de gestões.

**AUDIOVISUAL:** Conjunto de fatores de interferência da gestão pública na atividade da produção do audiovisual transnacional. Inclui legislação, questões alfandegárias e fiscais, corpo consular, vistos de trabalho provisórios para equipes estrangeiras, e permissão de uso e aspectos sindicais.

### 4- Grupo de itens relativos às condições econômicas:

**TURISMO & AUDIOVISUAL:** conjunto de questões relacionadas à conjuntura econômica local, nacional e internacional e suas inter-relações.

## TABULAÇÃO DE RESULTADOS DA ENQUETE QUALITATIVA SETOR DE TURISMO

PESO	NOTA	1 - Grupo de itens relativos ao ambiente geofísico e sociocultural
5,0	2,0	1.1 - Variedade, disponibilidade, organização e qualidade de informações dos parques urbanos e ecológicos, atrativos naturais, monumentos e patrimônio histórico
4,8	2,2	1.2 - Variedade, disponibilidade, organização e qualidade da sinalização urbana e turística (com legendas bilíngues) e das principais vias de acesso ao DF
4,8	1,8	1.3 - Qualidade do atendimento ao turista internacional
4,8	3,0	1.4 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em inglês
4,7	2,8	1.5 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em espanhol
4,3	2,6	1.6 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em francês
4,3	2,4	1.7 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em alemão
4,3	1,8	1.8 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em mandarim
4,0	2,0	1.9 - Disponibilidade de Guias de Turismo com fluência em outros idiomas
4,7	1,3	1.10 - Infraestrutura de transporte doméstico - condições de funcionalidade, localização e conforto das estações rodoferroviárias locais
4,8	3,0	1.11 – Infraestrutura de transporte doméstico - condições de conforto do aeroporto
4,5	2,5	1.12 – Infraestrutura de transporte doméstico - estradas de acessos ao DF
4,7	1,5	1.13 – Infraestrutura de transporte doméstico - Disponibilidade de transportes urbanos para atendimento ao turista
4,8	2,8	1.14 – Infraestrutura de transporte receptivo - Empresas de transporte receptivo (traslados, vans e microônibus)
4,8	2,8	1.15 – Transportes Internacionais – Disponibilidade de voos para Brasília com relação ao Brasil e a outros destinos mundiais
4,7	4,0	1.16 – Riqueza e diversidade cultural
4,5	3,8	1.17 – Riqueza e diversidade musical
5,0	4,7	1.18 – Riqueza e diversidade gastronômica
4,7	2,8	1.19 - Disponibilidade e qualidade da oferta turística nos segmentos de turismo rural, turismo de aventura e turismo ecológico
4,5	2,3	1.20 - Disponibilidade e qualidade da oferta turística no segmento de turismo cultural - museus, monumentos, patrimônio
4,5	2,2	1.21 - Disponibilidade e qualidade da oferta turística no segmento de turismo cívico - visitas guiadas a palácios e unidades dos Três Poderes
4,8	3,7	1.22 – Infraestrutura de hospedagem e alimentação - capacidade do parque hoteleiro e da oferta de restaurantes com relação à demanda turística
4,8	3,2	1.23 - Opções de conforto e preços considerando os padrões internacionais de hospedagem
4,5	2,2	1.24 - Localização de casas de câmbio em relação ao parque hoteleiro
4,0	2,5	1.25 - Opções de hospedagem em espaços com paisagens especiais - zona rural
4,2	2,4	1.26 - Condições de hospedagem em albergues
4,0	1,4	1.27 - Condições de hospedagem em áreas de camping
5,0	3,7	1.28 - Condições gerais de segurança civil
4,6	2,6	<b>SUBTOTAL 1 - Grupo de itens relativos ao ambiente geofísico e sociocultural</b>

## TABULAÇÃO DE RESULTADOS DA ENQUETE QUALITATIVA SETOR DE TURISMO

PESO	NOTA	2 - Grupo de itens relativos ao ambiente de produção
5,0	1,8	2.1 - Número de operadoras nacionais e internacionais que formatam pacotes de turismo para Brasília e região
5,0	2,2	2.2 - Número de empresas de serviços receptivos sediadas em Brasília
4,8	1,8	2.3 - Esforço de divulgação dos roteiros ofertados
4,7	1,6	2.4 - Esforço de divulgação de pacotes para Brasília ou que contemplem Brasília em roteiros integrados com outros estados
5,0	4,0	2.5 - Variedade e qualidade da rede gastronômica internacional
5,0	2,2	2.6 - Variedade e qualidade dos serviços de transporte receptivo aptos a atender turistas internacionais
5,0	3,2	2.7 - Variedade e disponibilidade de serviços e atendimento em hotéis especializados em receber turistas internacionais
4,9	2,4	<b>SUBTOTAL 2 - Grupo de itens relativos ao ambiente de produção</b>
PESO	NOTA	3 - Grupo de itens relativos às questões governamentais, legais e burocráticas
5,0	2,8	3.1 - Existência e atuação de <i>Convention Bureau</i> local
5,0	2,8	3.2 - Órgãos públicos e governamentais: existência de políticas de desenvolvimento da atividade turística local
5,0	2,3	3.3 - Órgãos públicos e governamentais: existência e consistência de esforços de divulgação de Brasília enquanto destino turístico
4,2	2,4	3.4 - Possibilidade de intervenção do poder público local para agilidade nos processos de internação temporária de equipamentos por motivo de negócios e eventos
4,8	3,0	3.5 - Disponibilidade de batalhão especial da polícia local para atendimento ao turista nacional e internacional – GPTUR
4,8	2,7	<b>SUBTOTAL 3 – Grupo de itens relativos às questões governamentais, legais e burocráticas</b>
PESO	NOTA	4 - Grupo de itens relativos às condições econômicas
5,0	2,0	4.1 - Eficácia das campanhas e slogans de promoção do destino turístico Brasília.
5,0	2,5	4.2 - Roteiros e produtos formatados para comercialização em nichos (turismo cívico, de eventos, arquitetônico, para terceira idade, de aventura, etc.)
5,0	1,8	4.3 - Existência de pesquisas relativas ao perfil do turista recebido em Brasília para definição do foco promocional do destino
5,0	2,2	4.4 - Existência de pesquisas para definição dos principais pólos emissores, nacionais e internacionais, de turistas para Brasília
5,0	2,0	4.5 - Disponibilidade de plano estratégico estruturante e promocional do destino turístico Brasília
5,0	2,5	4.6 - Investimentos do poder público com relação ao material promocional do destino Brasília, utilizado em feiras e eventos turísticos
4,8	1,6	4.7 - Investimento do poder público com relação à estrutura dos <i>CATs</i> – <i>Centros de Atendimento ao Turista</i>
5,0	2,1	<b>SUBTOTAL 4 - Grupo de itens relativos às condições econômicas</b>

## TABULAÇÃO DE RESULTADOS DA ENQUETE QUALITATIVA SEGMENTO AUDIOVISUAL

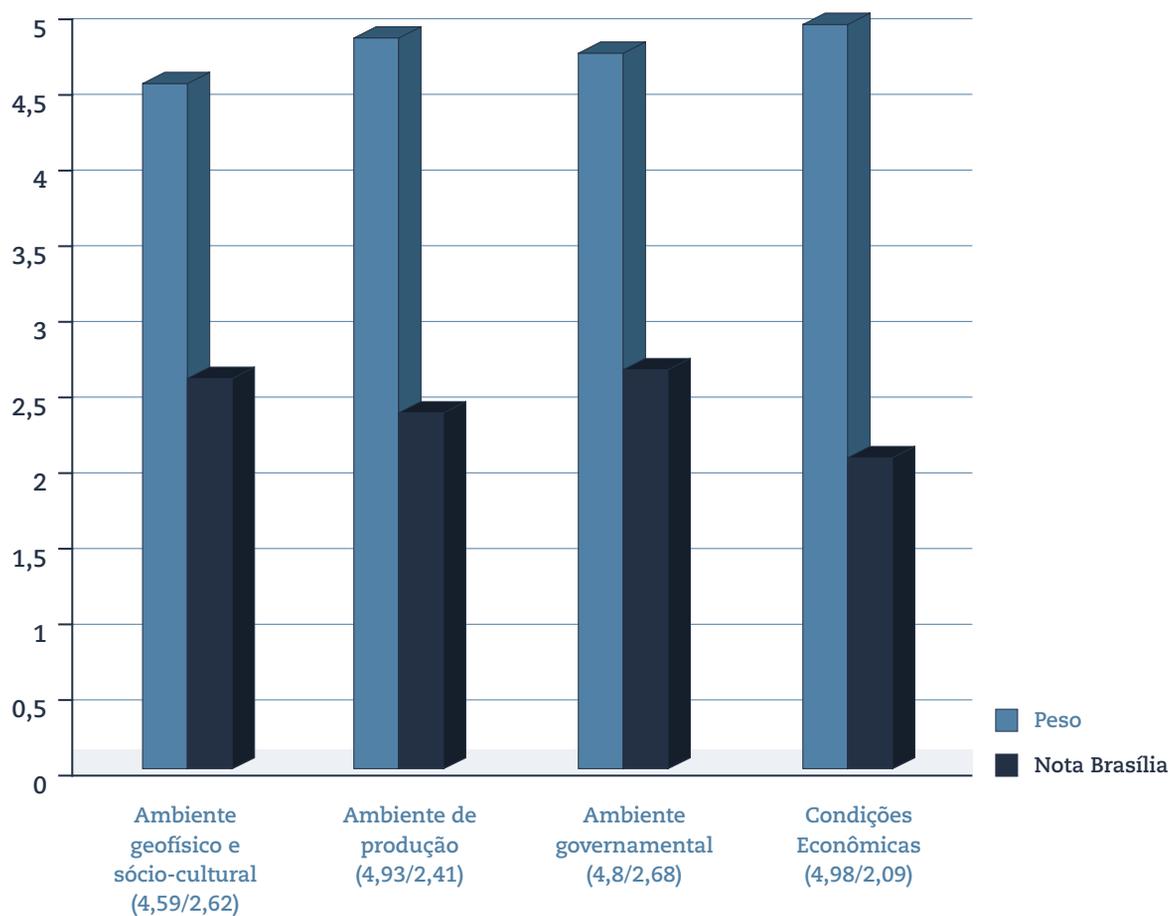
PESO	NOTA	1 - Grupo de itens relativos ao ambiente geofísico e sociocultural
4,7	3,7	1.1 - Variedade de paisagens e sua qualidade enquanto locações
4,0	2,0	1.2 - Variedade, disponibilidade, organização e qualidade das informações sobre locações
4,7	4,7	1.3 - Condições climáticas: fator insolação (quantidade de luz)
4,6	4,4	1.4 - Condições climáticas: fator previsibilidade dos prognósticos meteorológicos
4,1	4,3	1.5 - Condições climáticas: estações do ano invertidas em relação ao hemisfério norte
3,3	3,3	1.6 - Fator fuso horário
4,2	2,6	1.7 - Elencos: variedade e disponibilidade de elencos multiétnicos
4,0	1,9	1.8 - Elencos: variedade, disponibilidade e qualidade de informação - catálogos, sites, empresas especializadas
4,6	3,6	1.9 - Receptividade e cooperação em geral da população com as equipes de produções locais, nacionais e estrangeiras
4,3	3,3	1.10 – Infraestrutura de transportes domésticos - aeroportos (abrangência da malha, condições físicas e serviços)
4,1	2,9	1.11 – Infraestrutura de transportes domésticos – estradas e porto seco (abrangência da malha e estado de conservação)
4,0	2,7	1.12 - Transportes internacionais - disponibilidade de voos e conexões aos principais centros mundiais
4,4	4,1	1.13 - Infraestrutura de hospedagem e alimentação
4,6	4,4	1.14 - Infraestrutura de comunicações com outros estados brasileiros e exterior
4,6	4,1	1.15 - Infraestrutura de comunicações domésticas
4,4	4,1	1.16 - Riqueza e diversidade cultural
4,4	4,0	1.17 - Riqueza e diversidade musical (enquanto insumo cultural)
4,7	3,9	1.18 - Condições gerais de segurança civil
4,1	3,3	1.19 - Disponibilidade e qualidade dos serviços de turismo receptivo para equipes estrangeiras
4,3	3,5	<b>SUBTOTAL 1 - Grupo de itens relativos ao ambiente geofísico e sociocultural</b>
PESO	NOTA	2 - Grupo de itens relativos ao ambiente de produção
4,6	2,4	2.1 - Tamanho, qualidade e variedade do parque instalado de produtoras de cinema, televisão e publicidade
4,6	1,6	2.2 - Tamanho, qualidade e variedade do parque instalado de pós-produção e finalização de imagem em geral
4,9	2,0	2.3 - Tamanho, qualidade e variedade do parque instalado de locação de equipamentos de câmera
4,1	2,3	2.4 - Tamanho, qualidade e variedade do parque instalado de locação de equipamentos de iluminação e maquiagem
4,9	1,7	2.5 - Tamanho, qualidade e variedade do parque instalado de locação de estúdios
4,4	1,4	2.6 - Esforço de divulgação do setor privado: disponibilidade e qualidade de informação relativa ao parque de produção
4,6	1,9	2.7 - Preparo humano no ambiente empresarial de produção para a lida com produtores e equipes estrangeiras
4,6	2,1	2.8 – Existência e disponibilidade de equipes técnicas bilingues - especialmente com domínio de inglês, espanhol e/ou francês
4,4	2,6	2.9 - Existência e disponibilidade de equipes de produção bilingues - especialmente com domínio de inglês, espanhol e/ou francês
4,6	2,0	<b>SUBTOTAL 2 - Grupo de itens relativos ao ambiente de produção</b>

## TABULAÇÃO DE RESULTADOS DA ENQUETE QUALITATIVA SEGMENTO AUDIOVISUAL

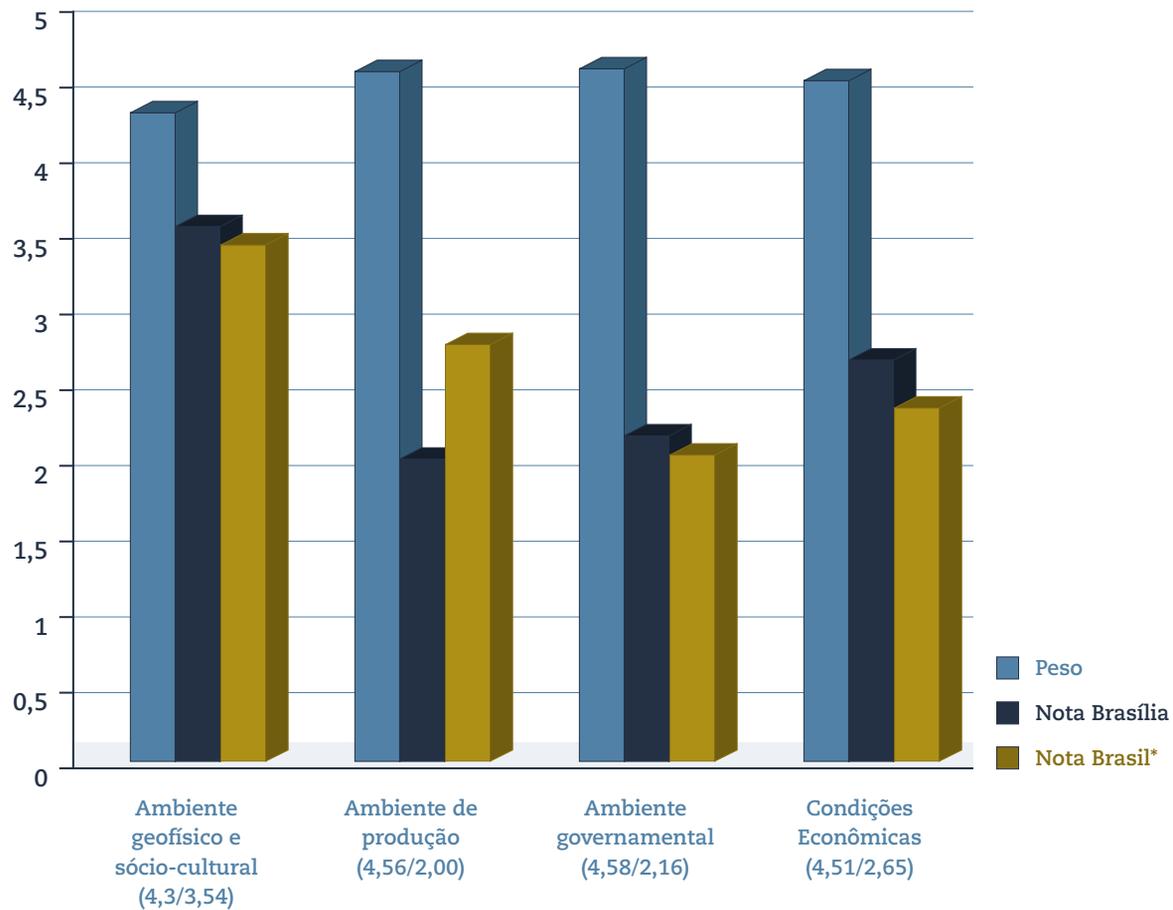
PESO	NOTA	<b>3 - Grupo de itens relativos às questões governamentais, legais e burocráticas</b>
4,7	2,1	3.1 - Existência de infraestrutura pública/governamental de apoio às necessidades da produção transnacional (tipo Film Commissions)
4,6	2,4	3.2 - Órgãos públicos e governamentais: conhecimento, agilidade e boa vontade quanto às necessidades da produção transnacional
4,7	2,0	3.3 - Órgãos públicos e governamentais: existência, abrangência e relevância de projetos para fomento da produção transnacional
4,7	1,7	3.4 - Órgãos públicos e governamentais: existência e consistência de esforços de divulgação do Distrito Federal enquanto locação transnacional
4,6	0,0	3.5 - Alfândegas: facilidade e agilidade para internação provisória de equipamentos e materiais de filmagem - bagagem acompanhada
4,6	2,0	3.6 - Alfândegas: facilidade e agilidade para internação provisória de equipamentos e materiais de filmagem - bagagem desacompanhada
4,7	3,0	3.7 - Ancine/órgãos reguladores: representação local e clareza quanto às restrições legais à dinâmica da produção transnacional - % equipe nacionais e/ou diretor nacional
4,6	2,6	3.8 - Existência de representação local da ANCINE/órgãos reguladores: informação legal suficiente, confiável e multilíngue para produtores estrangeiros, disponível na web
4,3	2,0	3.9 - Sindicatos: conhecimento, agilidade e boa vontade quanto às necessidades de produção transnacional
4,1	2,1	3.10 - Sindicatos: ônus de taxas e tarifas específicas relativas à produção transnacional
4,9	3,7	3.11 - Locações públicas: boa vontade, facilidade e agilidade na concessão de permissão de filmagem/gravação - permits
4,6	2,2	<b>SUBTOTAL 3 – Grupo de itens relativos às questões governamentais, legais e burocráticas</b>
PESO	NOTA	<b>4 - Grupo de itens relativos às condições econômicas</b>
4,1	2,4	4.1 - Estatística: disponibilidade e qualidade de informação relativa ao mercado de produção audiovisual nacional/transnacional
4,7	2,1	4.2 - Benefícios fiscais: existência, abrangência e competitividade de fomentos locais para as diversas formas de produção transnacional
4,4	2,3	4.3 - Co-produção: existência e competitividade de acordos bilaterais e multilaterais com os principais pólos mundiais
4,6	2,1	4.4 - Co-produção: existência e competitividade de recursos para contrapartida de fundos de incentivo existentes no exterior
4,6	1,6	4.5 - Facilidades e desonerações fiscais para importação de equipamentos e materiais sem similares nacionais
4,6	2,6	4.6 - Custos relativos de produção geral em relação aos valores praticados no mercado latino americano
4,3	3,1	4.7 - Custos relativos de transportes domésticos, hospedagem e alimentação das equipes estrangeiras
4,6	3,9	4.8 - Custos relativos de obtenção de permissões de filmagem/gravação - permits nas locações públicas
4,6	3,4	4.9 - Custos relativos de elencos e negociação de direitos de imagem - buyouts
4,7	3,9	4.10 - Custos de produção em geral
4,6	2,0	4.11 - Incentivos fiscais e burocráticos para movimentações financeiras internacionais - entradas de divisas
4,4	2,4	4.12 - Disponibilidade e custos relativos da malha aérea com origem nos principais pólos mundiais da produção transnacional para locações no DF
4,5	2,7	<b>SUBTOTAL 4 - Grupo de itens relativos às condições econômicas</b>

## Cruzamento dos ambientes de influência (Turismo & Audiovisual)

### Turismo



## Audiovisual



\*OBS.: Notas Brasil, atribuídas conforme o “Estudo de Sinergia entre as Indústrias do Turismo e do Audiovisual Brasileiras”, realizado pelo *Instituto Dharma* e *Ministério do Turismo* em 2007

## Ambiente geofísico e sociocultural/turismo

Considerado de grande importância para a competitividade dos destinos de locações (peso 4,59). Neste quesito Brasília é apontada como cidade beneficiada em diversidade cultural, com representações de qualidade nas modalidades artísticas, sobretudo com relação à gastronomia nacional e internacional.

Outro aspecto que eleva a cidade no *ranking* das locações de maior competitividade é a condição de conforto do aeroporto internacional, localizado a menos de dez quilômetros do centro da cidade e de fácil acesso, bem como a oferta de hospedagem, com qualificação dos serviços para recepção de turistas internacionais, preços compatíveis com o mercado e opções de conforto diversificadas.

O item relacionado à segurança civil, avaliado em âmbito nacional no “Estudo de Sinergia entre as Indústrias de Turismo & Audiovisual Brasileiras” com nota 1,79 e peso 4,21 na pesquisa, em Brasília recebeu peso 5,00 e nota 3,67, o que merece consideração especial, por retratar um dos aspectos urbanos de qualidade que a cidade de Brasília oferece aos seus moradores e visitantes.

Os itens avaliados abaixo da média da categoria (nota 2,6) estão relacionados a investimentos em informação da oferta turística, capacitação dos serviços de hospitalidade com ênfase na formação de guias de turismo internacionais (nota 1,83); além da carência dos transportes urbanos, com relação à oferta específica para turistas e as condições de conforto das estações rodoviárias locais.

Por ser considerada um ícone mundial de modernidade, é reconhecida como cidade cosmopolita de grife internacional. A isso deve-se somar o 1º lugar no índice de talento do Brasil, segundo o último senso do IBGE, com 17,1% de trabalhadores ligados a economia criativa.

### Avaliação da situação atual:

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da capital é o mais elevado do País, o que confirma a excelente qualidade de vida da população autóctone, que se estende à estada de visitantes. A segurança civil em comparação com outras cidades turísticas é bastante satisfatória, o que resulta em baixo índice de violência urbana e com destaque para o cuidado com o turista, com a atuação do Grupamento Especializado de Policiamento Turístico (GEPTur) integrado por policiais treinados, todos com fluência em pelo menos um idioma estrangeiro, encarregados do policiamento nos pontos turísticos da cidade.

Brasília possui características urbanas que proporcionam conforto aos seus visitantes: a localização do Aeroporto Internacional Juscelino Kubitschek, a fluidez do trânsito em razão da amplitude das suas avenidas e a organização resultante do planejamento da cidade.

A diversidade cultural representada por etnias e manifestações artísticas de âmbito global também agregam à cidade um diferencial com extensa e variada programação de entretenimento, onde se destaca as diversas modalidades culinárias nacionais e internacionais que fazem de Brasília importante pólo gastronômico.

A rede hoteleira da cidade, com opções de preços, padrão de conforto e serviços também somam às atratividades turísticas de maior destaque. As bandeiras de hotéis de padrão internacional e a

variedade e de opções de hospedagens localizadas em endereços estratégicos em termos de localização urbana fazem com que os hóspedes possam se deslocar com tranquilidade e rapidez, sem os desagradáveis inconvenientes de tráfego de outros destinos competitivos.

Os aspectos a serem tratados com especial atenção, tanto para fomento da atividade turística como para o desenvolvimento do nicho Turismo Cinematográfico, dizem respeito à promoção e divulgação do potencial turístico, das locações, da infraestrutura urbana e dos serviços.

A qualificação e capacitação profissional, especialmente para atendimento do público estrangeiro, demandam programas específicos de treinamento e formação.

## Ambiente geofísico e sociocultural/audiovisual

Tem grande importância na competitividade das cidades como locações (peso 4,30). Neste quesito, Brasília tem notas que o apontam como “medianamente competitivo”, tendendo a “competitivo” (nota 3,54).

Puxam para cima as notas das condições climáticas que abrangem os fatores de insolação, previsibilidade meteorológica e estações do ano invertidas em relação ao hemisfério norte (onde se encontra grande parte do mercado comprador), e a infraestrutura de hospedagem, alimentação e comunicações.

As riquezas da diversidade cultural e musical são outro grande diferencial da cidade, pois além de ter representantes de todos os estados brasileiros, Brasília abriga as embaixadas com representantes de quase todas as nacionalidades do mundo.

Puxam a nota para baixo a disponibilidade de informação tanto das locações (nota 2,00) como do elenco (nota 1,86).

### Avaliação da situação atual:

Além de ter sido tombada Patrimônio Cultural da Humanidade em 1987, pela forma única de seu traçado e pela genialidade de suas construções, Brasília apresenta uma grande variedade de paisagens e é palco de uma grande diversidade de culturas originárias de diferentes regiões do Brasil e do mundo.

A cidade apresenta excelentes condições de insolação - fator econômico muito importante nesta indústria; estações climáticas inversas ao hemisfério norte - onde se encontra grande parte do mercado comprador; e uma forte infraestrutura de hospedagem, alimentação e comunicações.

Além disso, as boas condições de segurança civil, contrastando com outros pólos competitivos, e a ausência de fenômenos naturais adversos proporcionam à cidade um grande potencial para a atração de produções transnacionais a serem filmadas em suas locações.

Um fator que ainda atrapalha é basicamente a falta de informação disponível sobre o universo das locações e do elenco na cidade.

## Ambiente de produção/turismo

Considerado praticamente de importância vital no contexto da competitividade global dos destinos de locações cinematográficas, o item recebeu peso 4,93 e a média dos aspectos relacionados à Brasília foi de 2,41.

Mais uma vez a gastronomia e a rede hoteleira sobressaíram juntamente com as agências de serviços receptivos e as empresas qualificadas na prestação de serviços relacionados à hospitalidade local.

Foram apontadas carências na promoção e divulgação de roteiros e pacotes turísticos específicos para Brasília e que contemplem a capital de maneira integrada com outros estados, no caso da região Centro-Oeste ou o próprio Brasil Central.

### Avaliação da situação atual:

À semelhança do diagnóstico em âmbito nacional, apresentado no “Estudo de Sinergia e Desenvolvimento entre as Indústrias de Turismo & Audiovisual Brasileiras”, as empresas de turismo em Brasília - hotéis, restaurantes, agências, empresas de eventos e de receptivo - na sua maioria são de pequeno e médio porte, o que dificulta a padronização da oferta de serviços e pacotes turísticos.

O setor está organizado de forma fragmentada e pouco organizada, com pulverização de investimentos e carência de diretrizes de desenvolvimento da atividade turística como um todo.

O poder público, por meio do órgão gestor do turismo e em parceria com as associações de classes representativas da cadeia produtiva, deverá estabelecer as diretrizes de desenvolvimento da atividade.

A integração dos representantes de cada setor potencializa a união de esforços das empresas para ações promocionais, qualificação profissional e busca da excelência dos serviços.

## Ambiente de produção/audiovisual

Tendo grande importância no ranking mundial da competitividade (peso 4,56), o parque produtivo brasileiro, na avaliação da enquete, é pouco competitivo (nota 2,00). Este item revela que investimentos significativos ainda estão por ser feitos pela iniciativa privada, com o devido suporte do setor público.

Ainda que muito mal pontuados, os itens que mais se destacaram positivamente foram a existência de equipes de produção bilingues e o tamanho e qualidade do parque instalado das produtoras de cinema.

As carências mais drásticas do setor estão no parque instalado de pós-produção e finalização de imagem (nota 1,57) e na disponibilidade de informação sobre o parque de produção (nota 1,43). Ou seja, o parque de produção brasileiro além de pequeno é mal divulgado. Uma melhor promoção dos recursos locais disponíveis certamente mostrará uma cidade mais competitiva em suas estruturas profissionais. O investimento pós-produção poderá conferir mais agilidade às produções, minimizando custos e tornando a relação com a cidade ainda mais atraente.

### Avaliação da situação atual:

O setor audiovisual brasileiro é formado apenas por produtoras de pequeno e médio porte. As maiores estruturas empresariais da cidade estão ligadas à produção de campanhas políticas ou têm como cliente o governo. Apesar de um esforço evidente de parte da comunidade empresarial para a conquista de maior competitividade nacional e internacional, Brasília demanda maiores investimentos no setor.

A promulgação da nova Lei de Incentivo à Cultura que direcionará 0,3% da receita corrente líquida do orçamento geral do Governo do Distrito Federal (GDF) – hoje em R\$ 9 bilhões – é o início de um movimento real do setor público para fortalecer este setor econômico.

As maiores carências no ambiente de produção da cidade de Brasília estão na qualificação das equipes para o relacionamento com as estruturas de produção transnacionais, nos parques instalados de pós-produção e finalização, de locação de equipamentos e na divulgação dos recursos de produção disponíveis. A estruturação de programas para a capacitação das equipes e de incentivo para a atração de investimentos para o setor faz-se de primordial importância.

## Ambiente de governança/turismo

Vários itens determinantes da competitividade estão condicionados às políticas governamentais, à legislação específica e à desburocratização.

No caso da atividade turística, quando um novo segmento é apontado como nicho de desenvolvimento local, várias ações de competência do poder público, como diretrizes de desenvolvimento, pesquisas técnicas e ações promocionais, são estratégicas para o sucesso do plano. Neste quesito, a pesquisa apontou peso de importância vital (peso 4,83) e nota 3,0 para o ambiente público e administrativo da capital do Brasil.

Mais uma vez a segurança civil foi avaliada como destaque do grupo de itens, porém na média do padrão de competitividade. Foi ressaltado aqui o diferencial com relação a outros destinos em razão do *Grupamento Especializado de Policiamento Turístico (GEPTur)*.

Os esforços de divulgação do destino turístico Brasília bem como a atuação institucional do *Convention Bureau* e do órgão de gestão do turismo com relação às políticas de desenvolvimento do turismo local foram apontadas como pouco competitivas com relação a outros destinos.

### Avaliação da situação atual:

Segundo a *Brasiliatur*, em breve será apresentado o plano de desenvolvimento do turismo local, com diretrizes e estratégias de competitividade que fomentarão a atividade turística na região. O trabalho integrado com as várias unidades administrativas do governo, cujas ações impactam diretamente o fluxo turístico do DF, deve ser cuidadosamente estruturado de maneira a mobilizar todos os órgãos diretamente envolvidos.

Nesse aspecto, a interlocução do governo local com a esfera federal é, naturalmente, facilitada pela proximidade das representações, o que aumenta a possibilidade de novas políticas específicas para o setor.

O segmento de Turismo Cinematográfico, inédito em termos de nicho de desenvolvimento socioeconômico, demanda ações específicas com comprometimento de vários órgãos públicos locais e nacionais, que deverão estabelecer políticas específicas de fomento e competitividade com relação a outros destinos no Brasil e no mundo.

## Ambiente de governança/audiovisual

Esse tópico abriga boa parte das ações previstas no projeto Brasília Cinematográfica, de modo que representa uma estrutura de rápida transformação no contexto geral do mercado. Foi considerado de “grande importância” pelo universo pesquisado (peso 4,58) e a cidade considerada “pouco competitiva” no cenário global (2,16).

Praticamente todos os itens avaliados na enquête acusam uma baixa sensibilidade do setor público para as oportunidades relacionadas às produções audiovisuais transnacionais.

Chamam a atenção positivamente a facilidade e a agilidade da emissão das permissões de filmagem (nota 3,71) e a clareza da atuação dos órgãos reguladores do setor (nota 3,00), fatores de grande importância para o desenvolvimento do turismo cinematográfico na região.

### Avaliação da situação atual:

Em função do ineditismo do assunto e do conseqüente despreparo do governo para lidar com as produções transnacionais, Brasília foi vítima de uma enorme frustração pelo fato de ter perdido a oportunidade de sediar as filmagens da superprodução hollywoodiana “Aeon Flux” em 2003.

A enquête qualitativa revelou índices competitivos na emissão de permissões de filmagem e na clareza das regras de produção transnacionais apresentadas pela *ANCINE*. São dois fatores de grande importância para o desenvolvimento do turismo cinematográfico.

Apesar disso, a baixa sensibilidade do setor público brasileiro fica evidente na falta de órgãos públicos de apoio às produções, de políticas de incentivo e fomento e de processos facilitadores nas questões alfandegárias.

De especial atenção necessitam os atuais editais e outros mecanismos de fomento que demandam transparência e critérios objetivos no processo de seleção de projetos contemplados, bem como um maior compromisso perante ao desembolso dos recursos, que em muitos casos podem levar anos para serem efetivados.

## Ambiente econômico/turismo

O peso apontado na pesquisa é de 4,8 e a nota referente ao fator competitividade é de 2,09 - ou seja, Brasília está em condições ruins em comparação com outros destinos.

Os roteiros formatados são considerados razoáveis, mas os itens relativos à atuação do poder público, responsável pela informação, divulgação e planejamento do desenvolvimento do turismo local, foram avaliados como ineficazes e de pouquíssima qualidade competitiva.

### Avaliação da situação atual:

O potencial turístico de Brasília é específico e definido pelo conjunto de atrativos típicos da primeira cidade planejada a receber o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. Além da atração típica da capital de um país, com a representação dos Três Poderes da República estabelecidos aqui como geradores de demanda turística, alguns fatores agregam desejo de conhecimento e exploração por parte dos visitantes. A beleza natural de uma cidade plantada no planalto central, em meio às diversidades ambientais do cerrado, preservadas em sintonia com o cenário urbano e com o Lago Paranoá, encanta e proporciona uma agradável e surpreendente sensação de uma capital diferente dos tumultuados grandes centros. A distinção do seu planejamento urbano, de autoria de renomados artistas como o urbanista Lucio Costa, o arquiteto Oscar Niemeyer, o paisagista Roberto Burle Marx, os artistas Athos Bulcão e Alfredo Ceschiatti, tornaram o Plano Piloto uma verdadeira galeria de arte a céu aberto. A diversidade cultural resultante das representações diplomáticas e dos imigrantes que aqui chegaram em razão da constante construção da Capital, faz de Brasília uma cidadessíntese do Brasil.

Entretanto, para garantir os impactos no desenvolvimento socioeconômico local, alguns investimentos são imprescindíveis e demandam esforços concentrados e integrados de ordem público privada.

É urgente a definição dos segmentos prioritários e a elaboração de pesquisas de investigação do público alvo e de pólos emissivos para esses nichos, bem como campanhas de promoção do destino com conceitos definidos em conjunto - poder público e as instituições representativas da cadeia produtiva do turismo local - visando os interesses de desenvolvimento local e dos empreendimentos específicos.

## Ambiente econômico/audiovisual

Esse grupo de itens foi considerado de “grande importância” (peso 4,51) e revelou-se mais uma faceta de Brasília que demanda um olhar cuidadoso. Apesar de ter apresentado uma nota que a classifica como “pouco competitiva” (nota 2,65), se aproxima muito do índice “medianamente competitivo”.

O que chama a atenção é o grupo de itens relativo aos custos de produção que foram todos muito bem pontuados, colocando Brasília no caminho para se tornar competitiva.

Os itens pouco pontuados e que merecem uma atenção especial dizem respeito aos incentivos econômicos para a atração das produções transnacionais.

### Avaliação da situação atual:

Apesar das carências de infraestrutura local, o DF tem o quarto maior número de projetos ativos registrados na ANCINE, ficando atrás dos estados do RJ, SP e MG, e empatado com o RS (fonte: ANCINE).

A capital é considerada cidade cinéfila, com o terceiro maior público de cinema do País e o maior índice de ingressos vendidos per capita ao ano (dois). O dobro do segundo colocado.

O Festival de Brasília do Cinema Brasileiro é o mais antigo da categoria e um dos mais prestigiados em âmbito nacional. A cidade sedia ainda o Festival Internacional de Cinema de Brasília, que vem ganhando notoriedade a cada ano.

Estes dados indicam um talento natural da cidade para se relacionar com a produção cinematográfica, seja como realizadora, ou como espectadora. Um ambiente extremamente propício para a instalação de estruturas de fomento ao Turismo Cinematográfico.

Os resultados revelam que os custos da produção em geral, assim como os de elenco, de permissões e de transportes, são capazes de competir internacionalmente. A crise econômica mundial causa impactos adversos, mas que podem ser superados pela adoção de incentivos fiscais e pelo investimento de recursos na contrapartida nacional nas coproduções internacionais. Tais iniciativas foram apontadas como uma forte deficiência do ambiente econômico brasiliense.

Será vital criar ferramentas específicas para atração de produções, seja por meio de mecanismos de incentivo fiscal, subsídios, ou mesmo a criação de um protocolo “*Film Friendly*” que crie processos desburocratizados para produção audiovisual.

# Análise de potencialidade/Matriz SWOT

## Matriz SWOT Turismo

### Forças Turismo:

- Segurança civil
- Grupamento Especializado de Policiamento Turístico (GEPTur)
- Baixo índice de violência urbana
- IDH mais elevado do País
- Diversidade cultural
- Gastronomia nacional e internacional
- Condição de conforto e localização do aeroporto internacional
- Oferta de hospedagem
- Fluidez do trânsito
- Hospedagens localizadas em endereços estratégicos em termos de localização urbana
- A interlocução do governo local com a esfera federal facilitada pela proximidade das representações
- Título de Patrimônio Cultural da Humanidade
- Capital Federal representação dos Três Poderes da República
- Diferente dos tumultuados grandes centros
- Cenário urbano composto de monumentos, obras de arte e beleza natural das diversidades ambientais do cerrado e Lago Paranoá
- Plano Piloto como referência mundial da arquitetura moderna
- Eleita Capital da Cultura em 2008

### Fraquezas Turismo:

- Carência de informação da oferta turística
- Pouca qualificação dos serviços relativos à hospitalidade
- Carência de guias de turismo com formação para atendimento de turistas internacionais
- Inexistência de transporte coletivo para turista (ônibus)
- Falta de conforto das estações rodoviárias locais
- Deficiência na promoção e divulgação do potencial turístico
- Descaracterização do plano urbanístico original.
- Especulação imobiliária.
- Inexistência de pesquisas para definição dos segmentos prioritários, investigação do público alvo e de pólos emissivos

### Oportunidades Turismo:

- Potencialidades turísticas de Brasília através da mídia espontânea decorrente das locações
- Desenvolvimento de novo arranjo produtivo agregando os serviços de turismo e audiovisual
- Empresas de receptivo especializadas em atender equipes de produção audiovisual internacionais
- Promoção da diversidade cultural
- Promoções turísticas para o período de sazonalidade, como o mês de julho
- Sobreposição da imagem da excelente qualidade de vida de Brasília à imagem política pejorativa através das produções cinematográficas
- Necessidade de diversificar segmentos em desenvolvimento
- Porta de entrada do Brasil Central
- País recentemente considerado destino de investimento internacional
- Promoção internacional do destino Brasília no aniversário de 50 anos em 2010 e como uma das cidades sedes da Copa de 2014

### Ameaças Turismo:

- Desarticulação do poder público com o *trade* turístico
- Descontinuidade das políticas de desenvolvimento
- Ineficiência das campanhas de divulgação da cidade valorizando os valores humanos, belezas naturais e aspectos arquitetônicos da cidade, em detrimento da imagem estereotipada de centro político nacional
- Considerada insatisfatória pelo setor a atuação institucional do *Convention Bureau* e do órgão de gestão do turismo com relação às políticas de desenvolvimento e promoção nacional e internacional do destino

## Matriz SWOT Audiovisual

### Forças Audiovisual:

- Variedade de cenários, com locações pouco exploradas e sem similares
- Urbanismo e arquitetura de grande valor estético e artístico
- Patrimônio Cultural da Humanidade
- Diversidade cultural e musical
- Alto índice de insolação
- Previsibilidade do clima
- Estações do ano inversas ao hemisfério norte
- Ausência de fenômenos naturais destrutivos
- Boa infraestrutura de comunicações
- Bom sistema financeiro e bancário
- Boa infraestrutura de hospedagem e alimentação
- Boas condições de segurança civil
- Fácil acesso às outras regiões do Brasil
- Agilidade e facilidade na emissão de permissões de filmagem
- Sociedade democrática, estabilidade política, liberdade religiosa
- País pacífico, distante de ocorrências terroristas
- Verve cinematográfica
- Cidade cinéfila com o maior público e o maior número de salas de cinema proporcionalmente no País
- 1º lugar no índice de talento do Brasil

### Fraquezas Audiovisual:

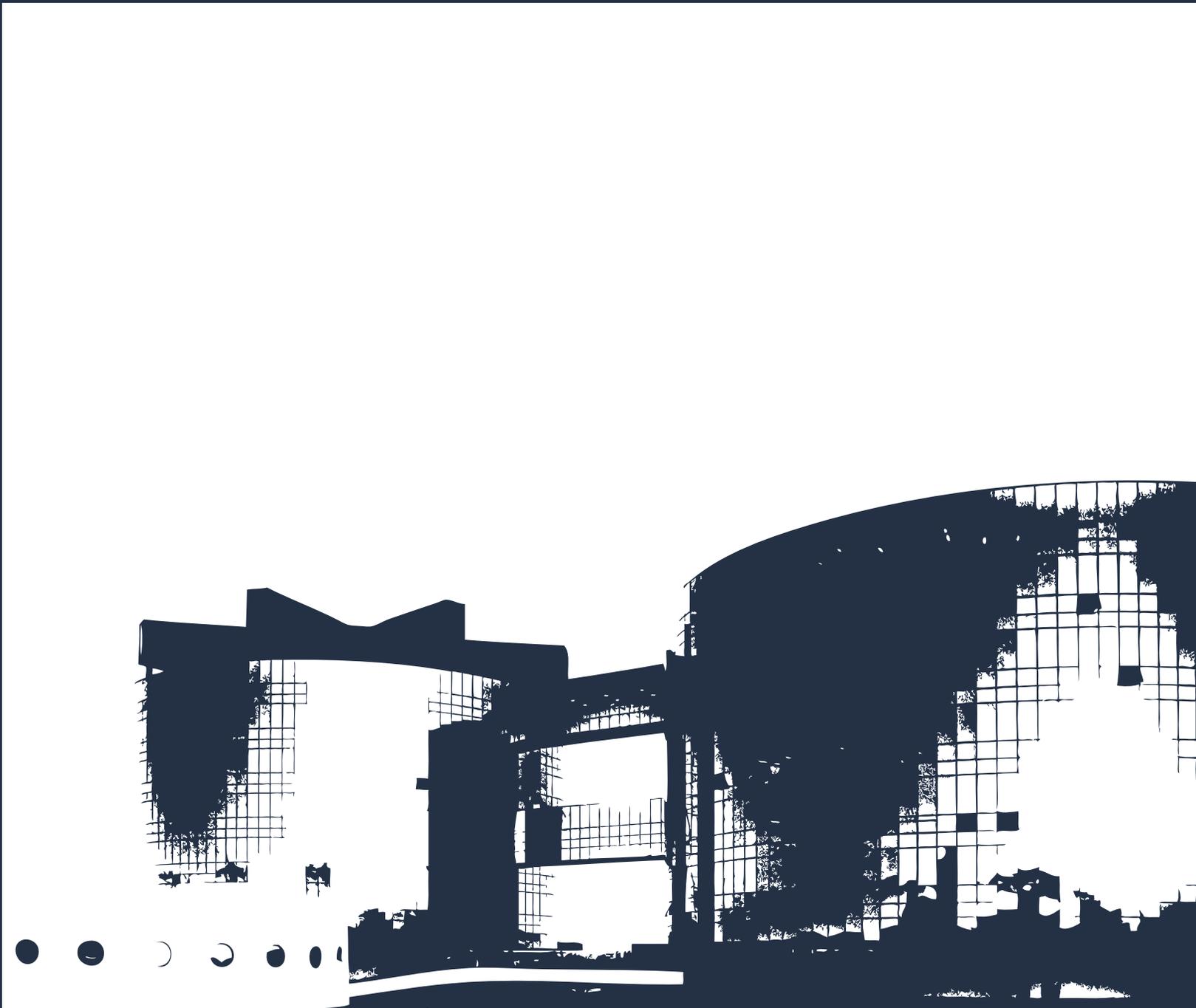
- Ausência de informações sobre locações, elenco e o parque instalado de produção
- Baixa oferta e pouca divulgação do parque instalado de pós-produção e de locação de equipamentos
- Predominância de produtoras de pequeno e médio porte
- Carência de treinamento, capacitação e qualificação das equipes e do empresariado em geral
- Carência de políticas sistemáticas e objetivas de incentivo e fomento
- Inexistência de estruturas públicas de apoio às produções transnacionais.
- Necessidade de atenção às questões alfandegárias
- Estrutura do Pólo de Cinema e Vídeo sucateado

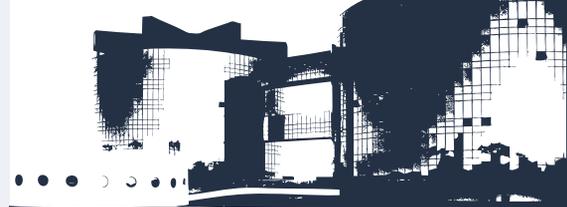
### Oportunidades Audiovisual:

- Produções internacionais em busca de novas estórias
- Estrutura do governo atual sensível às questões do audiovisual
- Frustrações da cidade na atração da produção *hollywoodiana* “Aeon Flux” e da novela “Juízo Final”
- Comunidade produtiva coesa e com desejo comum de desenvolvimento
- Cidade com marca de expressão internacional
- Cenários inexplorados internacionalmente
- Cenários inusitados e futurísticos
- Nova lei de incentivo à cultura
- Oferta de cursos de cinema e mídias digitais
- Produtores e técnicos com experiência internacional
- Cidade associada ao cinema pela presença do Festival mais antigo do Brasil, já em sua 41ª. edição
- Presença de um festival internacional de cinema
- Pólo de representação étnica da maioria dos países
- Aniversário de 50 anos em 2010
- Escolhida como uma das sedes da Copa 2014
- Possibilidade de revitalização do Pólo de Cinema e Vídeo

### Ameaças Audiovisual:

- Condições cambiais desfavoráveis
- Baixa compreensão do aspecto industrial da atividade em contraponto ao viés cultural
- Falta de estrutura profissional de finalização e pós-produção de cinema
- Parque limitado de locação de equipamentos e câmeras
- Falta de incentivos fiscais para produções nacionais e transnacionais
- Alfândega despreparada para entrada temporária de equipamentos
- Competição qualificada e agressiva de cidades como Rio e São Paulo
- Pequena identificação com a cultura americana de produção e do sistema de estúdios em *Hollywood*





## Recomendações

Considerando que a premissa básica para a existência de produtos de turismo cinematográfico é a realização de filmes e séries de TV que sirvam como base para a roteirização de produtos deste nicho, é necessária *a priori* a elaboração de plano estratégico local com vistas à adequação das políticas públicas em associação com o setor privado para que Brasília possa consolidar-se como um destino privilegiado de produções audiovisuais transnacionais.

Sendo assim, o primeiro pilar de desenvolvimento do projeto (ou sua meta intermediária) deve ser o estabelecimento de estratégias para captar e facilitar produções de cinema, TV e publicidade para Brasília, gerando assim emprego, renda, desenvolvimento econômico, atração de divisas e exposição nacional e internacional das locações em Brasília; com vistas ao desdobramento de turismo cinematográfico (sua meta finalística), beneficiando dessa forma toda a cadeia produtiva derivada da indústria criativa no Distrito Federal.

A partir da avaliação de diversos modelos internacionais, nossa recomendação é a criação de um modelo contemporâneo e inovador, que congrega alguns dos formatos de práticas de excelência no mercado global de entretenimento. Esse modelo engloba a criação de um comitê executivo local para a formação de duas entidades complementares: a ***Brasília Film Commission*** e o ***Núcleo de Permissão de Filmagens/Film Permit Office***.

Tais órgãos teriam missões e atribuições complementares, sendo a primeira responsável pela prospecção de produções, ou seja, com perfil mais proativo, podendo inclusive ter composição público-privada; e o segundo responsável pela operacionalização, ou seja, com perfil mais receptivo, sendo este obrigatoriamente parte da estrutura orgânica do governo local.

Já prevista no plano de trabalho deste projeto, a criação da ***Brasília Film Commission*** - *BsbFC* foi amplamente discutida nos seminários para formação do arranjo institucional local, tendo inclusive detalhamento de suas atribuições validadas pelo setor. Resta agora que o Comitê Executivo da *BsbFC* faça acontecer os três próximos passos: instalação, implantação e manutenção da entidade na prática.

Visando a implantação do ***Núcleo de Permissão de Filmagens***, nossa proposta foi a adaptação desta atribuição pela atual coordenadoria integrada responsável pela emissão de autorizações em áreas públicas, o ***NUEV - Núcleo de Eventos da Subsecretaria de***

**Operações de Segurança Pública**, que já integra ações e coordena os eventos que se realizem no Distrito Federal, articulando demandas perante a *Polícia Militar, Polícia Civil, DETRAN, Defesa Civil e Corpo de Bombeiros*.

A ideia seria estender as atribuições do órgão para uma gerência intitulada **Núcleo de Eventos e Permissões de Filmagem (NEPV)**. Dessa forma, seria possível trabalhar dentro do conceito de **one-stop-shop**, concedendo licenças de filmagem e demais demandas em um único espaço, tratando de questões como alvarás de funcionamento/administrações regionais, transporte urbano/tráfego aéreo e terrestre, segurança, saúde, energia e vigilância sanitária, fiscalizações diversas e outros.

Recomendamos ainda a não cobrança de taxas para uso de locações e/ou logradouros públicos na região do DF e entorno, para maximizar a visibilidade de Brasília na tela com vistas ao desdobramento do turismo cinematográfico; e a assinatura de um protocolo criando procedimentos receptivos para produções audiovisuais (*Film Friendly Protocol*).

## **Audiovisual**

Abaixo listamos algumas recomendações que foram apresentadas e validadas pelo setor durante os seminários, visando às cinco esferas estratégicas: institucional, inteligência competitiva, infraestrutura, qualificação e promoção.

### **1) Institucional**

Delineamento de proposições integradas com diversos agentes das esferas pública, privada e de instituições representantes da sociedade civil para geração de empregos e atração de divisas a partir do setor audiovisual e seu consequente desdobramento para o turismo cinematográfico.

Sugestão: manutenção do comitê gestor formado por membros do setor público e privado para dar andamento às ações propostas pelo setor e garantir a continuidade do projeto, visando à criação de ambiente propício para empreendimentos no setor do turismo cinematográfico.

#### **Metas esperadas:**

- Fortalecimento da instância de governança local, com debate sobre políticas públicas do setor
- Manutenção da *Brasilia Film Commission* como órgão voltado à prospecção e captação
- Extensão do escopo do *NUEV* como *NEPV*, englobando emissão de permissão de filmagem
- Assinatura de um protocolo “*Film Friendly*”

## 2) Inteligência Competitiva

Delineamento de proposições para a indução e o desenvolvimento do setor audiovisual com vistas finalísticas ao turismo cinematográfico na cidade de Brasília e entorno.

Sugestão: montagem de um programa regional de investimentos, sejam eles incentivos fiscais, subsídios e/ou apoios diversos às produções audiovisuais tendo Brasília e entorno como locação, com ênfase para filmes de alto orçamento que utilizem o DF como cenário.

### Metas esperadas:

- Criação de mecanismos de incentivo fiscal, subsídios e/ou isenção de taxas para atrair produções transnacionais
- Reformulação dos atuais programas de fomento e dos critérios para seleção de projetos
- Montagem de rede cooperativa somada ao *trade* turístico e outros serviços receptivos

## 3) Infraestrutura

Delineamento de proposições para atualização da infraestrutura local com vistas às inovações tecnológicas para produção e comercialização de obras que apresentem visões culturais locais viáveis para o mercado global, com *upgrade* de equipamentos *High Definition (HD)*/ TV Digital.

Sugestão: contratação de consultoria especializada para formulação de um projeto de *cluster* criativo englobando múltiplas plataformas, unindo aspectos multimídia e entretenimento.

### Metas esperadas:

- Revitalização ou reestruturação do ***Pólo de Cinema & Vídeo Grande Otelo***
- Otimização de espaços disponíveis no ***Complexo Cultural da República***
- Parceria com iniciativa privada para extensão da área junto ao ***Cine Brasília***

#### 4) Qualificação

Delineamento de proposições para formação, qualificação e reciclagem de profissionais aptos a atuar no sofisticado mercado global de produções audiovisuais e de novas mídias.

Sugestão: composição de parcerias com setor público e iniciativa privada para criação de programas de capacitação e qualificação empresarial, executiva, técnica e educacional para realização de cursos visando à atualização para novas mídias e janelas de exibição.

##### **Metas esperadas:**

- Parceria com escolas técnicas e universidades locais e nacionais para realização de oficinas utilizando aparato local
- Parceria com instituições de ensino internacionais para realização de cursos *on-line*
- Programas de *benchmarking* visando contato com outros mercados para estudos de caso

#### 5) Promoção

Delineamento de proposições para elaboração de um planejamento de marketing que possa dar visibilidade e exposição à região de Brasília e entorno como cidade símbolo do setor audiovisual sob a dimensão macro do turismo cinematográfico.

Sugestão: realização de ações de promoção nacional e internacional da cidade como destino privilegiado de locação e modelo/cidade referência de turismo cinematográfico.

##### **Metas esperadas:**

- Catálogo de locações e guia de produção contendo oferta de produtos e serviços da região
- Presença da *Brasilia Film Commission* em mercados, feiras e festivais audiovisuais
- *Famtours* e convites de imprensa especializada para os festivais e mostras em Brasília

## Turismo Cinematográfico

O cinquentenário de Brasília, em 2010, apresenta-se como oportunidade ímpar de promoção da cidade, que ganhará espaço nos principais veículos de mídia mundiais. Vários temas correlatos podem tornar-se argumento de roteiros relativos ao tema, desde sua concepção, sua realidade contemporânea e também o seu destino como cidade em franco desenvolvimento. É recomendável que o setor público envide esforços necessários para a realização e a consequente distribuição de filmes e documentários utilizando o 50º aniversário de Brasília como gancho, o que pode resultar em desdobramentos para o turismo cinematográfico. Seguem abaixo algumas recomendações para dar início aos primeiros esforços de roteirização do nicho:

1. Otimizar espaço voltado à exibição de filmes no *Complexo Cultural da República*, incluindo em seu catálogo ou em uma sessão/mostra permanente um acervo de filmes rodados em Brasília, apoiados com recursos do *Pólo de Cinema e Vídeo Grande Otelo*, além de outras obras e imagens interessantes, em parceria com *ArPDF*. Esta seria uma sugestão relativamente simples de ser adaptada por dispensar grandes investimentos. Vale destacar que a *Biblioteca* e o *Museu Nacional* tem localização privilegiada, são pontos tradicionais de visitação pública e turística, sendo portanto esta uma tática simples para promoção de aspecto cinematográfico da região. Além disso, esta seria uma forma de prestigiar os cineastas que retrataram a cidade nas telas.
2. Utilizando o mix de filmes que utilizaram Brasília como cenário, roteirizar um produto experimental **Brasília Cinematográfica**, que mescle paradas em espaços culturais e áreas públicas para fotos criativas e temáticas, com os respectivos filmes como ganho.

Formulamos dois exemplos de tours temáticos utilizando obras marcantes produzidas na cidade: na área de cinema, explorando a obra de Affonso Brazza, o cineasta bombeiro; na área de televisão, explorando as locações da Minissérie JK, da *Rede Globo*.

Note-se que este não é um produto final, mas uma simples indicação de como a visibilidade de cenários no cinema e TV pode agregar valor às locações expostas nestas obras. Seleccionamos exemplos de produtos com força de atração de um público-alvo mais generalizado (no caso do “Tour JK”, que aborda aspectos históricos sobre a construção da capital federal); ou mais específico (no caso do “Circuito Brazza”, que tem potencial de atração de uma clientela mais alternativa ou de nicho - os fãs do cineasta ou do gênero cinematográfico em questão).

Vale ressaltar que os roteiros sugeridos, caso implementados na prática, necessitam de negociação prévia entre os empreendedores responsáveis pela roteirização do produto com os respectivos detentores dos direitos a ele relacionados. A reprodução ou o uso indevido destas obras para fins comerciais, sem a prévia autorização, constitui violação aos direitos morais, autorais, intelectuais, patrimoniais e conexos, conforme rege a Lei 9.610/98.

## Circuito Brazza

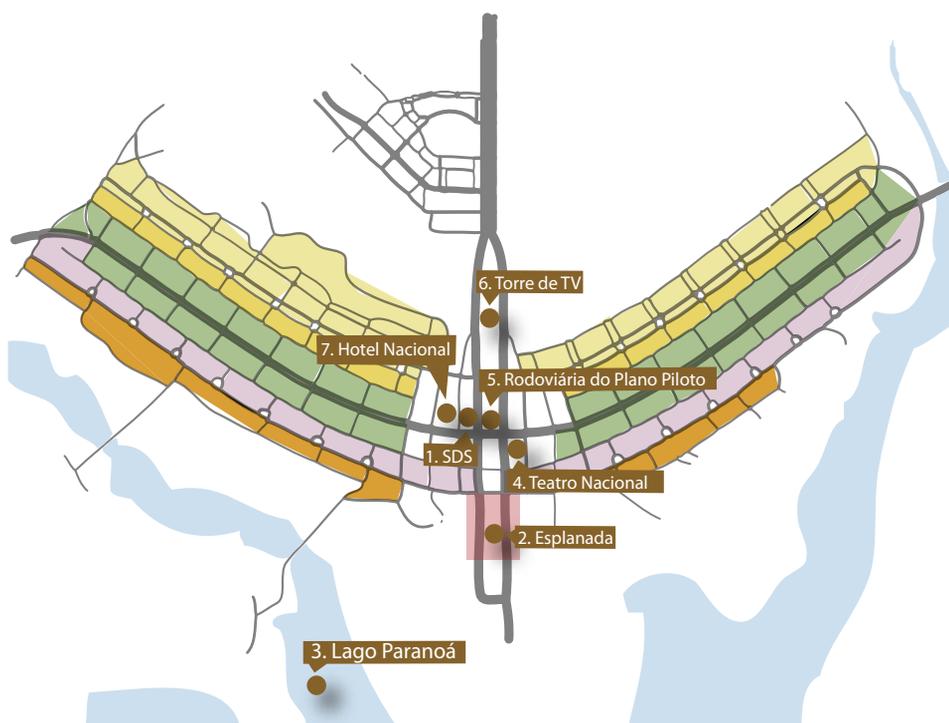
Roteiro baseado na trajetória de Afonso Brazza, o cineasta bombeiro, diretor que mais produziu filmes na história do cinema brasileiro. Foram oito produções que se iniciaram de forma “caseira”, mas que alcançaram notoriedade nacional, sendo que um de seus filmes, o “Tortura Selvagem - A grade”, teve a incrível façanha de ser exibido por mais de 30 dias em salas de cinema comerciais de Brasília, superando em público outras produções nacionais em cartaz na mesma época.

Brazza intitulava-se ‘O Pior Cineasta do Mundo’ e tornou-se um ícone na linha *trash*, famoso por suas produções de baixo orçamento nos quais seu nome constava em quase todos os itens da ficha técnica, além de outras características que marcaram seu estilo de filmar, transgredindo regras e filmando a partir do instinto e da intuição.

Faleceu em 2003 deixando seu último filme inacabado, ‘Fuga Sem Destino’, finalizado em 2006 pelo amigo e cineasta Pedro Lacerda. O filme, apesar de ter uma pré-estréia no *Cine Brasília*, ficou em cartaz por apenas uma semana e continua sem data para lançamento. Ou seja, apresenta ainda uma excelente oportunidade no caso de um sub-produto de turismo cinematográfico seja implementado. Afonso Brazza deixa como legado, além de toda sua obra, uma legião de fãs conquistada por sua visão simplista e apaixonada do cinema.



### Exemplo de Roteiro



*Roteiro com três horas de duração, mesclando informações sobre o cineasta, suas obras, seu estilo, os bastidores das filmagens, além de cenas e trechos dos filmes (que devem ser previamente negociadas com os detentores dos direitos patrimoniais da obra do cineasta). O ideal seria envelopar um ônibus com imagens do Brazza e cenas dos seus filmes, e manter dentro um circuito de TV/DVD, que exibiria algumas seqüências dos filmes à medida que as locações são visitadas.*

**1. SETOR DIVERSÕES SUL** – O roteiro começa no local nomeado por Afonso Brazza como “Boca do Cinema”, lembrando da “Boca do Lixo” do cinema paulista. Começamos no *Café Eldorado*, assistindo ao primeiro clip apresentando o cineasta e as locações que serão visitadas. Próxima parada: a loja *Kingdom Comics*, que vende fitas VHS e camisetas com foto do cineasta que se tornou o grande ícone do cinema *trash*. Sugestão: fazer uma estátua em homenagem ao cineasta na praça central do *Conic*.

**Atrativos:** *Conic* – reduto de artistas e a comunidade cultural de Brasília.

**Cena:** filme “No Eixo da Morte”, Gina e Diogo se encontram. Em “Tortura Selvagem – A Grade”, catador de papel recolhe caixas.

**Visitação:** 1 hora.

**2. ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS** – A arquitetura da Esplanada é formada pelo conjunto dos 17 edifícios dos ministérios, prevalecendo a horizontalidade em relação aos edifícios que a limitam, permitindo a visão de extensas áreas livres.

**Atrativos:** Contemplação do principal cartão postal de Brasília.

**Cena:** “Tortura Selvagem – A Grade”, detetive caminha pela Esplanada.

**Visitação:** 30 minutos.

**3. LAGO PARANOÁ** – Lago artificial com 42 Km de área alagada. Foi criado com o objetivo de aumentar a umidade das áreas próximas. Ao redor do lago, além de residências, há bares, restaurantes e até mesmo uma barragem, produzindo energia hidrelétrica.

**Atrativos:** Ponte JK; Vista interna do Palácio da Alvorada, residência oficial do Presidente; vista de mansões e clubes; pôr-do-sol, reconhecido como uma bela cena da cidade.

**Cena:** “No Eixo da Morte”, cena de perseguição em barcos; e o resgate de Gina na Ponte Lúcio Costa; onde também acontece a seqüência do catador de papel caminhando em “Tortura Selvagem”.

**Visitação:** 1 hora e meia em barco de passeio ou contemplação da paisagem sobre a Ponte JK e Ponte Lúcio Costa.

**4. TEATRO NACIONAL** – Obra de Oscar Niemeyer. Dispõe de três salas de espetáculos e ainda de salas de ensaio para corais, dança e orquestra, galeria e do Espaço Dercy Gonçalves.

**Atrativos:** Jardins de Burt Marx, escultura de Alfredo Ceschiatti e Marianne Peretti, painéis de Athos Bulcão.

**Cena:** “Tortura Selvagem – A Grade”, acontece a seqüência do tiroteio e a cena do encontro do detetive e do catador de papel.

**Visitação:** 30 minutos.

**5. RODOVIÁRIA DO PLANO PILOTO** – Situada no cruzamento do Eixo Monumental com o Eixo Rodoviário, a Rodoviária é o centro exato da cidade. Parte do projeto inicial de Lúcio Costa para o Plano Piloto. É o terminal central de ônibus, atendendo a região e cidades próximas.

**Cena:** “Tortura Selvagem – A grade”, cena de perseguição.

**Visitação:** 20 minutos.

**6. TORRE DE TV** – Eixo Monumental. A Torre de TV possui uma estrutura metálica com 224 metros de altura, onde se encontra o Museu de Gemas. Em seu mirante, é possível ter uma bela visão de toda a cidade. Há também a tradicional feira de artesanatos e a Praça das Fontes.

**Atrativos:** Mirante a 75 metros do solo, ponto mais alto destacado da paisagem urbana, constituindo-se um marco visual em relação à cidade como um todo. Feira de artesanato permanente. Escultura Era Espacial, de Alexandre Wakenwith.

**Cena:** “No Eixo da Morte”, cena do seqüestro de Gina e em “Tortura Selvagem – A Grade”, cena do catador conversando com o ajudante e seqüência dos criminosos procurando catador de papel em meio à feira da Torre de TV.

**Visitação:** 1 hora - de segunda a sexta, das 10 às 18h30, sábados, das 10h às 16h.

**7. HOTEL NACIONAL** – Fundado em 1960, com objetivo de ser um hotel modelo para a época e que marcasse presença destacada para os anos futuros. O Hotel Nacional é reduto do cinema nacional durante o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro.

**Cena:** No filme “Tortura Selvagem”, duas seqüências foram rodadas: detetive e delegado conversam; e outra quando os criminosos conversam. Apontamos ainda a proximidade com o Setor Comercial, quando o catador de papel é preso no filme “Tortura Selvagem”.

**Visitação:** 15 minutos.

*Fim do roteiro: de volta ao Conic, onde as pessoas podem adquirir camisetas, obras e outros souvenirs sobre o artista.*

## Tour JK

JK, minissérie em 47 capítulos, foi produzida pela *Rede Globo* e baseada na vida do ex-presidente Juscelino Kubitschek. Escrita por Maria Adelaide Amaral e Alcides Nogueira e dirigida por Dennis Carvalho, a minissérie foi ao ar em 2006 e, no ano seguinte, foram colocados no mercado um pacote de cinco DVDs contendo todos os episódios da série.

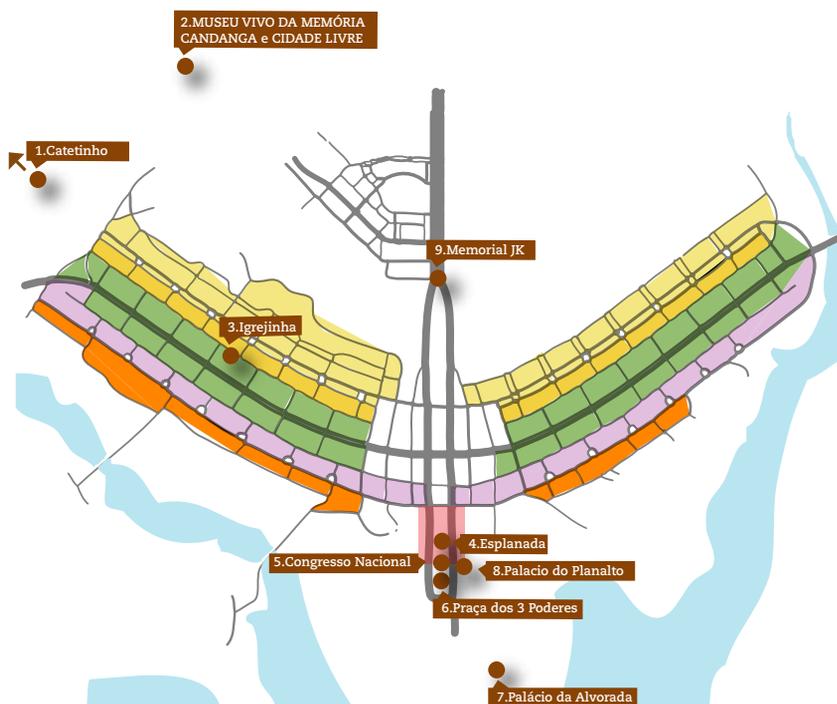
Foram utilizadas imagens do *Arquivo Público do DF* e locações na capital, explorando desde prédios de órgãos públicos até quadras residenciais, além da recriação digital da esplanada em obras e da construção de uma vila cinematográfica que retrata a Cidade Livre, hoje chamada de Núcleo Bandeirante.

As cenas gravadas em Brasília mobilizaram 200 pessoas da equipe da minissérie, além de mais de 500 figurantes que reproduziram cenas como a inauguração de Brasília e o enterro do ex-presidente.

Durante a exibição da minissérie JK, da *TV Globo*, o número de visitantes do Memorial Juscelino Kubitschek dobrou, já na segunda semana de exibição. Segundo declarações da Diretoria do Memorial, já em 2006 houve aumento significativo de visitantes de todos os estados brasileiros e de moradores do DF. Atualmente, o fluxo de turistas no local ainda é maior do que no período anterior à exibição da minissérie.



### Exemplo de Roteiro



*Roteiro com três horas de duração, mesclando informações sobre a história da construção de Brasília e a mudança da Capital da República, tendo como gancho os cenários da Minissérie JK exibida pela Rede Globo em 2006. Poderão ser usados ônibus temáticos e exibição de trechos da minissérie (que devem ser previamente negociados com os detentores dos direitos patrimoniais), em circuito de TV/DVD, além de curiosidades sobre os bastidores da filmagem.*

- 1. CATETINHO** – A primeira residência oficial de JK em Brasília, foi inaugurado em 1956. Espaço tombado como Patrimônio da Humanidade.  
**Atrativos:** Construída em madeira; ambientação épica, objetos de uso pessoal do Presidente JK e da Primeira Dama; quartos utilizados pelo Engenheiro Israel Pinheiro e por Ernesto Silva, primeiro médico de Brasília; fotos do *ArPDF* e pequena trilha em mata nativa do cerrado.  
**Cena:** A construção do Catetinho como uma das primeiras obras da construção da cidade e a primeira obra do arquiteto Oscar Niemeyer erguida em Brasília.  
**Visitação:** 40 minutos - BR 40, KM 0, Saída Sul, CEP 72401-970. Visitação diária das 9h às 17h.
- 2. MUSEU VIVO DA MEMÓRIA CANDANGA e CIDADE LIVRE** - A antiga Cidade Livre foi criada em 1956 para abrigar os primeiros moradores e os construtores de Brasília. O Museu é formado por um conjunto arquitetônico em madeira, foi inaugurado em 1957 e abrigou o primeiro hospital da capital em construção.  
**Atrativos:** Casas construídas em madeira que formavam originalmente o Hospital JK, o primeiro de Brasília, foi tombado pelo Patrimônio Histórico em 1958.  
**Curiosidades:** Vários objetos de cena encontram-se no Museu Vivo da Memória Candanga.  
**Visitação:** 1 hora, de terça a domingo, das 9h às 17h.
- 3. IGREJINHA** – Projeto de Oscar Niemeyer a pedido de D. Sarah Kubitschek. Inaugurada em 1958, ficou conhecida como Igreja. **Atrativos:** Ambiente católico; painéis de azulejos originais do artista plástico Athos Bulcão; foi o primeiro templo de alvenaria em Brasília.  
**Cena:** Alguns episódios reproduziram missas com a presença do Presidente JK e da Primeira Dama e o velório do Engenheiro Bernardo Sayão. A construção da SQS 308 é retratada na Minissérie.  
**Visitação:** 20 minutos.
- 4. ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS** – Consta do projeto do Plano Piloto de Lúcio Costa. Além da organização e planejamento que permitem um controle eficiente de fluxo de multidões, possui um gramado central com visão privilegiada de diversos cartões postais da cidade.  
**Atrativos:** Contemplação do principal cartão postal de Brasília.  
**Cena:** Sequência de construção da Esplanada dos Ministérios.  
**Visitação:** 30 minutos.
- 5. CONGRESSO NACIONAL** – Situado entre a Esplanada dos Ministérios e a Praça dos Três Poderes, é a sede do Senado Federal e da Câmara dos Deputados  
**Atrativos:** Obra de Oscar Niemeyer, construída em 1959. Sua concepção arquitetônica contrapõe-se à linha horizontal da cidade. São dois edifícios com 28 pavimentos: um para a Câmara e outro para o Senado. Em seu interior, painéis de Athos Bulcão, de Marianne Peretti, Di Cavalcanti e Carybé.  
**Cena:** A construção do Congresso Nacional é retratada na Minissérie JK em imagens reais da sua obra e na cena da inauguração de Brasília.  
**Visitação:** 1 hora, diariamente das 09 às 17 horas.
- 6. PRAÇA DOS TRÊS PODERES** – Sede dos Poderes Executivo (Palácio do Planalto), Legislativo (Congresso Nacional) e Judiciário (Palácio da Justiça).  
**Atrativos:** Praça de convivência; Museu da Cidade; Espaço Lúcio Costa; Panteão da Liberdade; Cenários para fotos típicas de Brasília.  
**Cena:** Sequência da inauguração de Brasília.  
**Visitação:** 40 minutos.
- 7. PALÁCIO DA ALVORADA** – Residência oficial do Presidente. Construção anterior à da própria cidade, foi referência para o projeto do Plano Piloto.  
**Atrativos:** Foi o primeiro prédio a ser inaugurado na então *Novacap* em 30 de junho de 1958. O nome Alvorada foi dado por Juscelino Kubitschek.  
**Cena:** Baile comemorativo a inauguração de Brasília no salão do Palácio.  
**Visitação:** 40 minutos às quartas das 15h às 17h30.
- 8. PALÁCIO DO PLANALTO** – Sede oficial da Presidência da República. O projeto arquitetônico é composto por curvas e retas de concreto refletidas em um espelho d'água. O jardim é de autoria do paisagista Burle Marx.  
**Atrativos:** Para os peritos, o Palácio do Planalto possui as características das obras de Niemeyer que podem ser denominadas Palácios dos Pórticos. Quatro níveis acima do solo, o edifício tem colunas com desenho decorrente do Palácio da Alvorada, mas diferenciando-se pelo posicionamento perpendicular ao plano da fachada principal.  
**Cena:** O Presidente JK recebe oficialmente a Chave da Cidade e acontece o baile de inauguração de Brasília.  
**Visitação:** 40 minutos, aos domingos de 9h30 às 14h30.
- 9. MEMORIAL JK** – Projeto de Oscar Niemeyer; espaço tombado como Patrimônio da Humanidade.  
**Atrativos:** Câmara mortuária; biblioteca e objetos do acervo pessoal de Juscelino Kubitschek e da sua trajetória como presidente do Brasil. Obras de Athos Bulcão e Marianne Peretti.  
**Curiosidades:** Objetos de cena retratados na minissérie.  
**Visitação:** 1 hora de terça a domingo, das 9h às 18h.

*Fim do roteiro, onde os turistas podem conhecer a história do Presidente JK e adquirir souvenirs alusivos à Capital do Brasil.*





# **2<sup>a</sup> Parte**

## **Arranjo Institucional**





# A formação de um novo ambiente de governança

O segundo produto esperado do projeto “Brasília Cinematográfica” seria a formação de um arranjo institucional local. Sendo os produtos de entretenimento uma premissa do turismo cinematográfico – e também o principal gargalo de outros estados no Brasil –, optou-se por focar a primeira etapa do projeto no fortalecimento do ambiente de produção audiovisual para que depois a composição com a instância de turismo cinematográfico fosse efetivamente incorporada.

O diagnóstico inicial apresentado no planejamento estratégico apontou que Brasília tem vantagens e diferenciais competitivos evidentes e é uma marca/grife internacional, mas tais diferenciais não são suficientes para competir no sofisticado mercado global: é preciso criar ferramentas e um ambiente mais competitivo. Ou seja: ser escolhida como cidade referência do turismo cinematográfico é uma oportunidade e, ao mesmo tempo, uma responsabilidade, pois demanda a constituição de uma *film commission* exemplar para o Brasil.

## Você sabe o que é uma *film commission*?

*Film Commissions* são entidades responsáveis por captar e facilitar a realização de filmes, séries de TV ou obras de publicidade na região que representam. Existem hoje no mundo mais de 340 *FCs* afiliadas na **Associação Internacional de Film Commissioners – AFICI**. No Brasil, são mais de 30 iniciativas com formatos distintos de composição jurídica, que cobrem quase todo o território nacional, unidas por meio da **Aliança Brasileira de Film Commissions**, a **ABRAFIC**.

Visando compor um ambiente de governança entre o setor público, a iniciativa privada e o terceiro setor, foram realizados diversos encontros preparatórios e três seminários abertos ao público, que tinham por objetivo fortalecer essa aliança local e validar os interesses comuns do setor.

## Encontros Setoriais e Reuniões Preparatórias Brasília Cinematográfica



Reunião Preparatória na Secretaria de Cultura do DF



Encontro com representantes do setor audiovisual no Gabinete do Secretário de Cultura



Equipe do Ministério do Turismo e Instituto Dharma



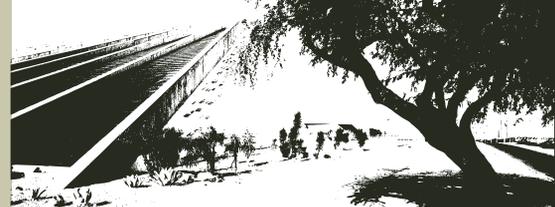
Reunião Preparatória na Brasiliatur



Reunião Preparatória no Sebrae/DF







# Memória dos encontros

Os encontros oficiais foram definidos conforme metodologia utilizada nos módulos operacionais do **Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo**:



### I Encontro “Brasília Cinematográfica”

**Data:** 09/09/08  
**Foco:** SENSIBILIZAÇÃO  
**Local:** Biblioteca Nacional da República

**Objetivos:**

- Apresentar o projeto e a justificativa da escolha de Brasília como cidade-referência
- Introdução aos conceitos de *film commission* e turismo-cinematográfico
- Apresentação do Planejamento Estratégico (Pesquisa, Diagnóstico, Matriz SWOT)
- Discussão dos próximos passos e datas críticas

**Público-Alvo:** Autoridades do Governo Federal, GDF e Presidentes de Associações do audiovisual e do turismo, Autarquias e demais autoridades, multiplicadores / formadores de opinião + imprensa



### II Encontro “Brasília Cinematográfica”

**Data:** 07/10/08  
**Foco:** MOBILIZAÇÃO  
**Local:** Museu Nacional da República

**Objetivos:**

- Validar junto aos líderes setoriais as proposições do planejamento estratégico
- Encontrar esferas de sinergia e eleger prioridades para o desenvolvimento do segmento
- Definir os eixos estratégicos e a composição jurídica da *Brasília Film Commission*

**Público-Alvo:** Seletivo grupo de representantes das entidades do audiovisual no DF e autoridades do governo local e federal, visando debater o tema: “Onde estamos... e para onde queremos ir?”



### III Encontro “Brasília Cinematográfica”

**Data:** 11/11/08 – Terça-feira  
**Foco:** INSTITUCIONALIZAÇÃO  
**Local:** Biblioteca Nacional da República

**Objetivos:**

- Institucionalizar a criação oficial da *Brasília Film Commission*
- Apresentar a campanha institucional e promocional da *BsbFC*
- Divulgar resultados do projeto **Brasília Cinematográfica**

**Público-Alvo:** Autoridades do Governo Federal e do Governo do Distrito Federal; Presidentes de Associações, Autarquias e demais autoridades dos setores; líderes e empresários do *trade* turístico e da comunidade audiovisual; imprensa nacional e local, bem como demais formadores de opinião.



### Ação Símbolo: “Brasília Cinematográfica”

**Data:** 18/11/08  
**Foco:** Lançamento da *Brasília Film Commission*

**Objetivos:**

- Lançamento oficial da entidade durante a abertura do 41º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro
- Participação no “III Seminário Locações Brasil”, da *Aliança Brasileira de Film Commissions – ABRAFIC*
- Disponibilização de material promocional da *BsbFC* no stand da *ABRAFIC*, com atendimento ao público interessado em filmar nas locações de Brasília

Esses seminários foram intermediados por reuniões preparatórias e setoriais. Visando chancelar a composição oficial do grupo, a Secretaria de Cultura constituiu, por meio de portaria, um Comitê Executivo para criação da Brasília Film Commission, instituindo caráter oficial à iniciativa.

# I Encontro Brasília Cinematográfica: Sensibilização



Silvestre Gorgulho  
Secretário de Cultura do DF



Composição da mesa: Ana Cristina Costa e Silva, Fernando Adolfo, Paulo Octávio, Airton Pereira e César Gonçalves



Airton Pereira  
Secretário Nacional de Políticas de Turismo  
Ministério do Turismo



Ana Clévia -  
Ministério do Turismo



Vice-Governador Paulo Octávio,  
ladeado por Fernando Adolfo e Airton Pereira



Ivan Valadares -  
Brasiliatur



Ana Cristina Costa e Silva -  
presidente do Instituto Dharma



Marcus Ligoeki -  
Consultor em Audiovisual



Ana Cristina Viana -  
Consultora em Turismo

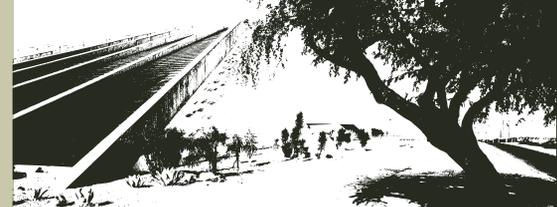


Palestrante convidada  
Rita Paludetto

## Convidados do I Seminário - Sensibilização







## Validação do setor

Visando a discutir o ponto de sinergia entre as entidades locais e o que esperam da *BsbFC*: ser exclusivamente uma entidade captadora e facilitadora e/ou assumir ainda o papel aglutinador e catalisador do mercado interno, foi instituído dentro da instância do Comitê Executivo um Grupo de Trabalho composto exclusivamente por representantes do setor audiovisual de Brasília.

### Entidades representadas no GT

*AATA-DF: Associação dos Atores e Técnicos em Audiovisual do DF*

*ABCV: Associação Brasileira de Cinema e Vídeo*

*ALA: Associação da Indústria Audiovisual de Brasília*

*APBA: Associação das Produtoras Brasileiras de Audiovisual*

*APROCINE: Associação dos Realizadores e Produtores de Filmes de Longa-Metragem*

Os membros do Grupo de Trabalho foram responsáveis pela realização de assembléias em suas respectivas associações objetivando chegar ao consenso sobre a constituição jurídica, os três pilares estratégicos e colegiado proposto para a *BsbFC*. Foram responsáveis também pela votação de prioridades em cinco esferas: Arranjo Institucional, Inteligência Competitiva, Infraestrutura, Qualificação e Marketing.

A metodologia utilizada foi a do “Sistema Cores”, conduzida pelo *Instituto Casa Brasil de Cultura*. Tal método consiste em discutir de forma participativa qual a percepção do grupo sobre determinado item de avaliação. Essa avaliação foi representada por meio de notas de cada item, em cada uma das dimensões de análise. A escala utilizada era composta por cinco níveis:

Escala de Avaliação	
Nota	% de atendimento
1	0 à 20%
2	21 à 40%
3	41 à 60%
4	61 à 80%
5	81 à 100%

Essa consolidação de resultados teve início com a explicação sobre as variáveis contempladas no item pelo facilitador, que solicitava ao grupo que avaliasse a situação atual do setor em sua percepção com votação para cada uma das notas. Assim, a nota que obtivesse o maior número de votos absolutos era registrada. Caso duas notas tivessem votações com número aproximado, era realizada uma nova votação com objetivo de identificar qual era a que melhor representava a situação atual do setor na percepção do grupo. Posteriormente as notas da dimensão eram consolidadas tendo como resultado a média de cada uma das dimensões.

Lembrando que as pontuações de cada entidade já partiram de uma avaliação prévia, feita a partir de uma assembléia geral, serão mostradas a seguir as duas tabelas: a que continha todos os enumerados de cada entidade e a tabela final, validada por todo o setor.

Consolidados os valores internos de cada instituição representativa do setor audiovisual brasiliense, o próximo passo a ser dado durante o Seminário de Mobilização do projeto seria a de cruzar os resultados de todas as associações, gerando assim uma matriz única que refletisse os interesses coletivos do segmento. Essa dinâmica foi feita na presença dos principais líderes do setor audiovisual em Brasília/DF, durante o “II Encontro Bsb Cinematográfica”.

# Priorização das Ações

## Destino Referência - Brasília Cinematográfica

Arranjo Institucional						
Ações	AATA	ABCV	AIA	APRO CINE	APBA	TOTAL
Criar a <i>Bsb Film Commission</i> : Organizar e falar em nome do setor, promover a integração de todos os segmentos do audiovisual	14	14	14	4	14	60
Elaboração da política pública do audiovisual com a participação efetiva do Estado com leis próprias e criação de mecanismos de isenções e incentivos fiscais para produções audiovisuais	12	13	8	14	13	60
Desenvolver mecanismos de financiamento, captação e fomento	8	11	10	12	12	53
Plano Diretor para a indústria do audiovisual	13	9	12	9	6	49
Criar legislação específica para o setor no Distrito Federal	10	12	7	13	4	46
Integração da área do audiovisual com o restante do sistema produtivo no DF: Secretarias de Turismo, Educação, Indústria e Comércio, Planejamento e Trabalho, <i>FIBRA</i> , <i>Fecomércio</i> , etc.	4	10	9	10	11	44
Discutir políticas legais para contratos com o setor público	7	4	13	8	10	42
Busca de incentivos fiscais de atratividade de produções	11	6	11	5	5	38
Criar a regulamentação/normatização das relações trabalhistas do setor	9	3	6	3	9	30
Promover a integração com outros setores da economia com afinidades como tecnologia, telefonia, música e etc.	5	5	5	7	8	30
Criação de coordenação exclusiva para a área do audiovisual na Secretaria de Cultura do DF	6	7	3	11	2	29
Promover a integração com os outros setores em nível nacional e mundial	3	2	4	2	7	18
Elaboração do Marco Regulatório das Film Commissions	2	1	2	6	3	14
Trabalhar para a criação do território de ADE (território)	1	8	1	1	-	11

Resultado Final do Destino	
Arranjo Institucional	Nota
Entidade representante dos segmentos (TV, publicidade, cinema e/ou novas mídias)	3
Entidade representante do setor	1
Entidade do governamental	1
Cooperação público-privado	1
<b>Média</b>	<b>1.5</b>

Em relação ao item cooperação público-privado foi comentada a dificuldade do setor em relação à captação de recursos para produção, seja referente ao setor público ou privado. Esse item foi considerado pelos participantes como um dos mais críticos e relevantes para o segmento.

- O grupo concluiu que, a partir do fortalecimento das entidades representantes do setor, atuantes na articulação com o governo sobre as políticas específicas e fomento para a produção audiovisual, esse problema de captação de recursos poderia ser parcialmente resolvido. Atualmente a integração do poder público com a iniciativa privada não é satisfatória em razão da falta de sinergia entre os representantes do setor de audiovisual.
- Outro benefício apontado sobre a importância do fortalecimento de uma entidade representativa do setor foi a possibilidade de discussão com o governo das políticas de cultura. Um dos problemas identificados foi a descontinuidade das ações em função de mudanças no governo ou de prioridades. O objetivo com esse fortalecimento da representatividade do setor seria uma definição de uma agenda prioritária que seria mantida independente do governante.

<b>Inteligência Competitiva/Informação</b>						
<b>Ações</b>	<b>AATA</b>	<b>ABCV</b>	<b>AIA</b>	<b>APRO CINE</b>	<b>APBA</b>	<b>TOTAL</b>
Elaborar banco de dados do setor (oferta de profissionais, equipamentos, empresas, etc.) e atualizá-lo permanentemente	14	14	14	14	14	70
Criação de cursos de qualificação técnica	13	7	13	9	10	52
Portal da Indústria do Audiovisual do DF	12	11	4	12	13	52
Elaborar Guia de Produção	4	12	11	8	11	46
Criar observatório das informações econômicas do setor: geração de emprego, ocupação, sazonalidade da produção	9	10	12	13	1	45
Consultoria estratégica para criação e desenvolvimento de projetos	6	9	8	10	8	41
Elaborar Guia de Locações	5	6	10	5	12	38
Criar parcerias com escolas de audiovisual (universidades)	10	8	9	4	5	36
Centro de informação mundial de festivais. Distribuidoras, fontes de financiadoras do audiovisual com suas características	11	2	7	11	3	34
Criar parcerias com IPEA/IBGE para compartilhar análises e dados	2	13	1	7	9	32
Criação de cursos para qualificação empresarial focada no setor	8	4	6	6	6	30
Curso de formação empreendedora	7	5	5	1	4	22
Banco de roteiros locais com amplo acesso	1	6	3	3	7	20
Criar mapa digital das informações do setor (geo-referenciamento)	3	1	2	2	2	10

<b>Resultado Final do Destino</b>	
<b>Inteligência Competitiva</b>	<b>Nota</b>
Ensino	2
Inventário realizado	1
Banco de dados	1
Gestão da informação	1
<b>Média</b>	<b>1.25</b>

- No item ensino foi considerado que a oferta de cursos de formação técnica é insuficiente, apesar da oferta de cursos superiores. Desta forma, muitos profissionais são formados por sua experiência prática. Outro comentário foi referente à ênfase teórica dos cursos de ensino superior na área que não preparam efetivamente seus egressos para o mercado de trabalho.
- De forma geral, foi discutida a dificuldade de obtenção de informações sobre o setor e sua utilização para tomada de decisão seja pelo setor público ou privado. Um dos exemplos citados foi a falta de um banco de dados com profissionais do setor como produtores, diretores, atores e técnicos que pudessem ser indicados.

<b>Infraestrutura</b>						
<b>Ações</b>	<b>AATA</b>	<b>ABCV</b>	<b>AIA</b>	<b>APRO CINE</b>	<b>APBA</b>	<b>TOTAL</b>
Conclusão/revitalização do complexo do <i>Pólo de Cinema</i> em Sobradinho	1	8	5	8	8	30
Distribuidora local	7	7	4	7	4	29
Área própria adequada para instalação de produtoras e outras empresas do setor, inclusive com oferta de salas para produções externas se instalarem provisoriamente para filmarem em Brasília.	6	3	8	2	7	26
Incentivo/fomento ao estabelecimento de locadoras de equipamentos e prestadoras de serviços ao setor	3	6	6	4	6	25
Escritórios de advogados especializados (direito autoral e licenciamento)	5	5	2	6	5	23
Expansão/universalização do acesso <i>wireless</i> em banda larga	4	4	1	5	3	17
Aumentar a oferta de estúdios	2	2	7	3	1	15
Produção periódica de testes de elenco	8	1	3	1	2	15

<b>Resultado Final do Destino</b>	
<b>Infraestrutura do Audiovisual</b>	<b>Nota</b>
Oferta de parque instalado de produção	3
Oferta de parque instalado de pós-produção	3
Salas de cinema	4
Oferta de equipamentos	3
Oferta de estúdios	2
<b>Média</b>	<b>3</b>

- Para essa avaliação foi considerada a infraestrutura do audiovisual apenas de Brasília, não contemplando o Distrito Federal e entorno. Esta decisão foi devida ao fato que o projeto tem o objetivo de transformar Brasília como um destino turístico e assim, caso fosse incluída a infraestrutura de outras cidades, a nota estaria enviesada, pois existe uma grande concentração da oferta de salas de cinema e equipamentos no plano piloto.
- Não participou da avaliação o item finalização, pois não foi considerado fator crítico o desenvolvimento desse processo em Brasília, que pode ser realizado em São Paulo sem comprometimento dos resultados.

<b>Resultado Final do Destino</b>	
<b>Infraestrutura do Turismo</b>	<b>Nota</b>
Acesso	4
Estrutura de hospedagem e alimentação	4
Estrutura de comunicação	4
Estrutura de segurança	4
Estrutura de receptivo turístico	2,5
<b>Média</b>	<b>3,7</b>

- Os principais problemas identificados foram a qualidade dos serviços de recepção ao turista em Brasília, a carência de informações sobre os pontos turísticos da cidade e a pouca oferta de guias bilíngues.

<b>Qualificação da Produção</b>						
<b>Ações</b>	<b>AATA</b>	<b>ABCV</b>	<b>AIA</b>	<b>APRO CINE</b>	<b>APBA</b>	<b>TOTAL</b>
Promover capacitação de profissionais técnicos	14	10	14	11	14	63
Elaborar sistema de suporte logístico em conjunto com o setor público quando da realização de produções	9	14	12	14	12	61
Promover feiras de negócios em Brasília (equipamentos e técnicas do setor)	7	13	11	12	10	53
Programa de parceria e qualificação em outros países com o objetivo de desenvolver novas tecnologias e fazer uma rede de relacionamentos	12	11	4	10	11	48
Cursos bilíngues gratuitos para o setor (Sistema S)	13	9	6	6	9	43
Acordo alfandegário para internação provisória de equipamentos/em especial filmes	5	5	9	7	13	39
Qualificação para licenciamento e direito autoral	6	7	7	13	5	38
Aproveitamento do potencial da região geoeconômica	10	12	5	8	3	38
Curso e consultoria de marketing para os produtos individualmente	11	8	2	9	4	34
Criar escritório para permissão de filmagens	8	6	13	4	2	33
Política de atração de talentos	4	1	10	2	8	25
Qualificação para empacotamento de produto: comercialização	3	4	3	5	6	21
Atração de talentos	1	2	8	3		14
Qualificação do receptivo	2	3	1	1	7	14

<b>Resultado Final do Destino</b>	
<b>Qualificação e Capacidade de Produção</b>	<b>Nota</b>
Oferta de locação e condição climática	5
Produtores, roteiristas e diretores	4
Equipe de produção	3
Elenco	2
Oferta de empresa de inovação e novas mídias	2
Oferta de empresas distribuidoras	1
Eventos audiovisuais	4
Pessoal qualificado em línguas estrangeiras	2
Ambiente legal	2
Arquivo de banco de imagens	2
<b>Média</b>	<b>2,88</b>

- A realização de eventos como o “Festival de Cinema” foi destacada como uma ação importante para garantir a legitimidade do setor.
- Um dos destaques para a promoção de Brasília como destino turístico foi a oferta de locação e condições climáticas que permitam fácil identificação da cidade.

<b>Marketing e Promoção</b>						
<b>Ações</b>	<b>AATA</b>	<b>ABCV</b>	<b>AIA</b>	<b>APRO CINE</b>	<b>APBA</b>	<b>TOTAL</b>
Elaborar Plano de Marketing para o setor	9	7	4	8	9	37
Dar visibilidade para a produção local	6	8	3	9	8	34
Implementar campanha de marketing imagem nacional e internacional	8	6	5	6	7	32
Criar mecanismos de distribuição dos produtos de audiovisual locais	5	9	1	7	3	25
Atrair produções externas para Brasília	1	5	9	3	6	24
Recursos para desenvolvimento de projetos associados a um plano de marketing	7	2	2	5	5	21
Atuar na dinamização do mercado	3	1	8	4	2	18
Criação de agência para a negociação de filmes, atores, artistas e técnicos com distribuidores e produtores nacionais e internacionais	4	3	6	1	4	18
Aumentar a competitividade do destino Brasília no cenário global	2	4	7	2	1	16

<b>Resultado Final do Destino</b>	
<b>Marketing e Promoção</b>	<b>Nota</b>
Produção demanda	2
Produção oferta	2
Distribuição	2
Promoção	1
Posicionamento	2
<b>Média</b>	<b>2</b>

- Um dos pontos ressaltados foi a falta de ações de promoção das produções realizadas localmente. Em decorrência disso, a avaliação do posicionamento de Brasília como destino cinematográfico também ficou comprometida.

## Análise dos Resultados

Na análise dos resultados, evidenciou-se que:

- A qualidade da produção é maior que sua divulgação e, portanto, devem ser elaboradas iniciativas com objetivo de aumentar as ações de comunicação;
- Existe um equilíbrio entre a infraestrutura do audiovisual e sua qualidade de produção;
- Existe pouca informação para tomada de decisão, o que dificulta o desenvolvimento do arranjo institucional.

O grupo concluiu que deveria ser criada uma entidade que representasse o setor privado junto ao governo, composta por suas diversas associações representativas. O modelo da rede de cooperação internacional das *Film Commissions* foi considerado como a melhor alternativa para a mobilização e institucionalização do setor audiovisual local.

## Considerações Finais

A organização do setor para criação de uma entidade representativa com voz uníssona para os diversos segmentos do audiovisual foi o grande destaque do evento. Contando com a participação das principais associações representativas, do governo e da sociedade, o evento atingiu seu objetivo de discutir os problemas atualmente enfrentados e como a criação da **Brasília Film Commission - BsbFC** poderia atuar dentro desse contexto.

Utilizando uma metodologia participativa para avaliação da percepção dos participantes sobre a situação atual do mercado interno, o evento teve como resultado um retrato dos principais problemas e a definição dos objetivos e do planejamento da *film commission* da região.

Boa parte da imprensa local esteve presente, representada por jornais, rádios e TVs gerando reportagens na *Rádio Nacional*, *TV UnB*, *TV Bandeirantes* e *Caderno Brasília*.

## II Encontro Brasília Cinematográfica: Mobilização

“Onde estamos... e para onde queremos ir?”



**Líderes do setor  
audiovisual brasileiro  
validam as ações  
prioritárias da BsbFC**





Composição da mesa: Ana Cristina Costa e Silva; Ricardo Moesch, Marcelo Safadi e Beto Salles



II Encontro - Mobilização



Priscila Vilarinho - Instituto Casa Brasil de Cultura



Laura Marques - Ministério do Turismo



Ricardo Moesch - Ministério do Turismo e Marcelo Safadi - Instituto Casa Brasil de Cultura



Fernando Lemos e Aurora Aguiar - Instituto Dharma



Equipe do Ministério do Turismo

# A Criação da *Brasília Film Commission*

O pedido oficial de institucionalização do ambiente de governança local foi feito no “III Encontro Brasília Cinematográfica”, com a solenidade de assinatura da ata, que detalhou a institucionalização do ambiente de governança da *Brasília Film Commission*.



Composição da mesa: Antônio Miranda, Silvestre Gorgulho, José Roberto Arruda, Ana Cristina Costa e Silva e Tânia Brizolla



Governador Arruda assina ata de criação da *Brasília Film Commission*



Governador José Roberto Arruda e Ana Cristina Costa e Silva



Tânia Brizolla - Dir. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico do Ministério do Turismo



Equipe reunida para foto com governador

# III Encontro Brasília Cinematográfica: Institucionalização

## ATA DE CRIAÇÃO DA BRASÍLIA FILM COMMISSION

Aos 11 dias de novembro de 2008, no auditório da Biblioteca Nacional da República, realizou-se o 3º Encontro de Institucionalização do Projeto "Brasília Cinematográfica", parceria firmada entre o Ministério do Turismo e o Instituto Dharma, onde Brasília foi escolhida como destino indutor do Turismo Cinematográfico, com a presença maciça do setor de áudio visual, representantes do Ministério do Turismo, Instituto Dharma, Governo do Distrito Federal, Brasiliatur e Instituto Casa Brasil de Cultura. A solenidade de abertura, proferida pelos: Sr. Silvestre Gorgulho, Secretário de Estado de Cultura do DF; Sra. Tânia Brizolla – Diretora do Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Instituto Dharma, Turismo, Consultor do Instituto Casa Brasil de Cultura, Marcelo Safadi -representado por Priscila Vilarinhos; Presidente da Brasiliatur, Deputado Rôney Nemer, representado pelo Diretor da Brasiliatur, Sr. Ivan Valadares e a Presidente do Instituto Dharma, Ana Cristina Costa e Silva, seguiu-se a apresentação, por Rita Paludetto, intitulada "Práticas de Excelência de Políticas Públicas do Áudio visual - África do Sul".

Ana Cristina Costa e Silva, presidente do Instituto Dharma, explanou os resultados do referido projeto, ressaltando a constituição jurídica proposta para o BSB FC validada para o setor, onde foi estabelecido um Comitê Executivo com função consultiva e deliberativa, composto por representantes de entidades do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor. Explanou brevemente sobre os três pilares estratégicos propostos para a entidade, validadas pelo setor, compreendendo:

- 1- Organização, integração e promoção do segmento local.
- 2- Articulação de projetos e propostas para dinamizar o mercado interno e
- 3- Captação e facilitação de produções audiovisuais transnacionais para a região.

Relatou a constituição, por meio de portaria, de um Comitê Executivo e de um Grupo de Trabalho formado pela Associação de Atores e Técnicos do Audiovisual (AATA-DF), Associação Brasileira de Cinema e Vídeo (ABCV), Associação Brasileira da Indústria Audiovisual (AIA), Associação das Produtoras Brasileiras do Audiovisual (APBA) e Associação dos Produtores de Longa-Metragem de Brasília (APROCINE), que votou e validou as prioridades de projetos a serem executados em cinco esferas: Arranjo Institucional, Inteligência Competitiva, Infra-Estrutura, Qualificação e Marketing. O colegiado proposto para a Brasília Film Commission, no âmbito do governo federal e distrital, é instituído pelo Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Integração, Gabinete da Governadoria, Secretaria do Desenvolvimento Econômico do DF, Secretaria de Segurança Pública, Secretaria de Cultura do DF e Brasiliatur.

Finalizou a apresentação solicitando a todos os presentes que assinassem este documento formalizando o pedido de institucionalização do ambiente de governança local para a Bsb FC, que será encaminhado ao governador Jose Roberto Arruda e o Ministro do Turismo Luiz Eduardo Barreto, esperando que oficialize esta instância de forma ágil e designe representantes dos governos estadual e federal no colegiado. Após a assinatura, Ana Cristina Costa e Silva efetiva o ato da entrega oficial ao governador, que recebe e pronuncia breve comentário, seguido pelo ministro do Turismo, que encerra a solenidade e convida a todos para o coquetel de confraternização.

## DIÁRIO OFICIAL DO DISTRITO FEDERAL Nº 190, QUARTA-FEIRA, 24 DE SETEMBRO DE 2008

JOSÉ SILVESTRE GORGULHO  
PORTARIA Nº 40, DE 13 DE SETEMBRO  
DE 2008.

Dispõe sobre a criação do Comitê Executivo de Criação da Brasília Film Commission – BSBFC e dá outras providências. O SECRETÁRIO DE ESTADO DE CULTURA DO DISTRITO FEDERAL, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 27.591 de 1º de janeiro de 2007 e Portaria nº 01, de 14 de março de 2001, resolve:

Parágrafo Único – O Comitê Executivo terá a seguinte composição: a) 01 (um) representante da Secretaria de Cultura; b) 01 (um) representante da Brasiliatur; c) 01 (um) representante do NUEV/SOSP; d) 01 (um) representante do Instituto Dharma; e) 01 (um) representante da Abrafic; f) 01 (um) representante da Aprocine; g) 01 (um) representante da ABCV; h) 01 (um) representante da AIA; i) 01 (um) representante do Sebrae/DF; j) 01 (um) representante do Brasília & Região Convention & Visitors Bureau.

§ 1º - A Coordenação Executiva do Comitê será indicada pela Secretaria de Cultura do Distrito Federal.

§ 2º - O Comitê contará com Consultoria Jurídica a ser indicada pela Brasiliatur.

§ 3º - Os representantes do Comitê Consultivo não receberão nenhuma gratificação para o seu exercício, sendo considerado de relevância pública.

§ 4º - O mandato dos representantes do Comitê Consultivo será de três meses, permitida a recondução.

Art. 2º - Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições contrárias.

JOSÉ SILVESTRE GORGULHO

## Constituição Jurídica da *Brasilia Film Commission*

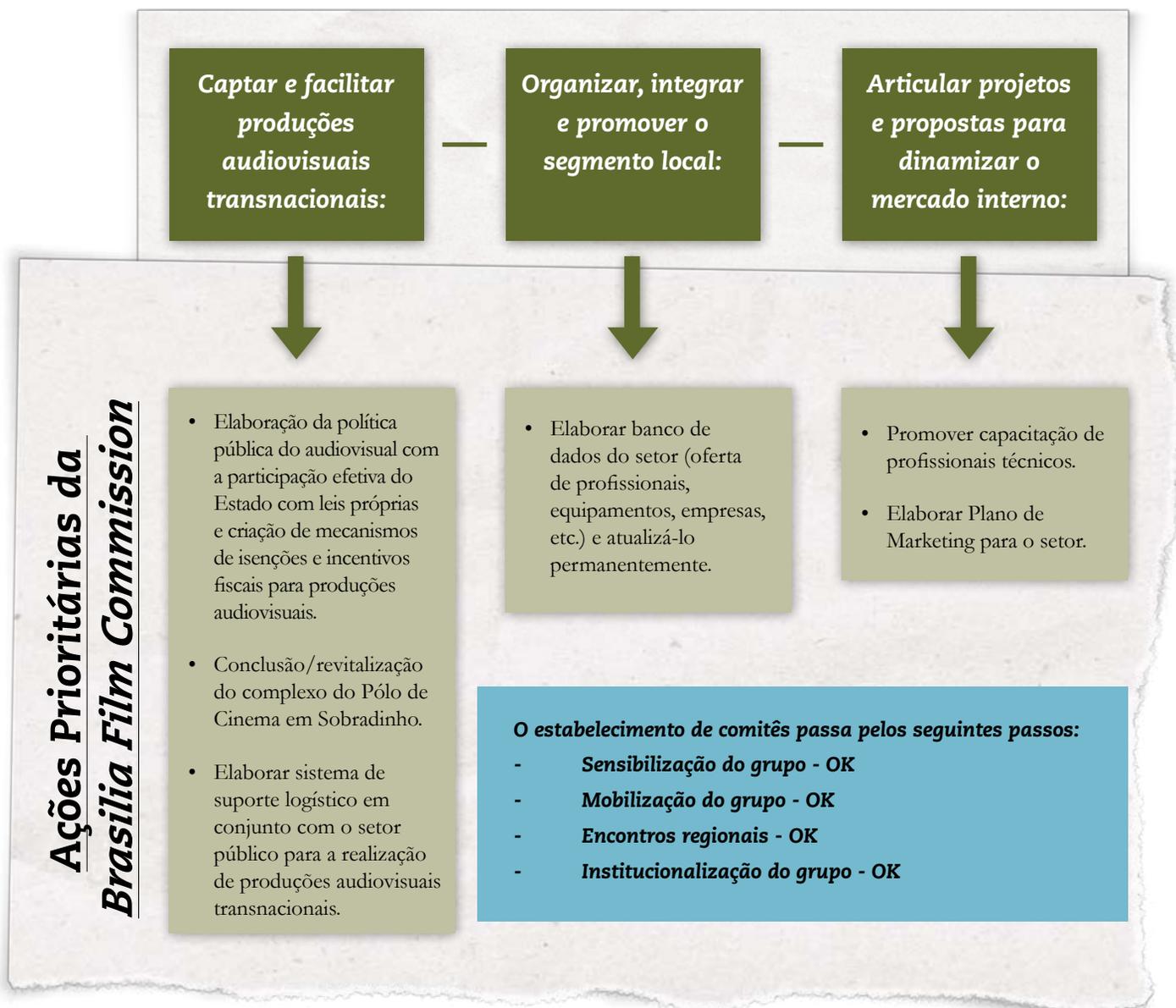
A constituição jurídica proposta pelo setor para a *Brasilia Film Commission* foi a criação de um Comitê Executivo/Gestor com função consultiva e deliberativa, composto por representantes de diversas entidades do poder público, da iniciativa privada e do terceiro setor.

### **Você sabe o que é um Comitê Executivo?**

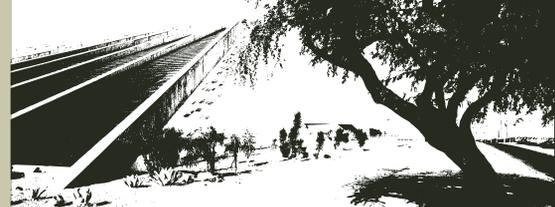
Os Comitês são comissões formadas por membros de uma determinada sociedade, que buscam atuar como interlocutores ativos com outras instâncias de governança local, com vistas ao debate e à tomada de decisão de forma democrática.



## Pilares Estratégicos da *Brasilia Film Commission*







# Resultados e Próximos Passos

A finalização da 1ª Etapa foi concluída com sucesso, tendo estabelecido um arranjo produtivo local de forma democrática junto ao poder público em esfera federal e distrital, iniciativa privada e terceiro setor. O projeto conseguiu sensibilizar e mobilizar:

- Governo local: Governador e Vice-Governador, Secretarias de Desenvolvimento Econômico, Cultura e Segurança Pública + *Brasiliatur*
- Governo Federal: Ministério do Turismo, Ministério da Cultura e Itamaraty
- Iniciativa privada: *Sebrae DF*; *Sesc DF* e *Brasília e Região Convention & Visitors Bureau*
- Entidades representativas do setor audiovisual local

## O futuro

Após a definição de todo o setor sobre a constituição jurídica da *Brasília Film Commission*, será necessário agora que o Comitê Executivo se reúna sistematicamente para dar os próximos passos e garantir o futuro da entidade e os objetivos definidos coletivamente:

- Formulação e Publicação de Portaria / Decreto do Governador no Diário Oficial ratificando a criação da *Brasília Film Commission* e nomeando o Comitê Executivo
- Convocação oficial dos participantes
- Assembléia de Instalação do Comitê
- Consolidação do Regimento Interno
- Definição das ações prioritárias e divisão de tarefas
- Definição sobre a efetiva implementação, instalação e manutenção da *BsbFC*





# 3ª Parte

**Ação Símbolo**





# Criando a campanha institucional & promocional

A campanha de marketing para o lançamento da *Brasília Film Commission* seguiu os preceitos apresentados pelo planejamento estratégico, ou seja, apontou as grandezas e forças da região. Tendo como público alvo diretores e produtores no Brasil e exterior, o mote tinha ainda como desafio vender Brasília como destino privilegiado de produções audiovisuais transnacionais.

Além disso, a campanha já deveria contemplar o lançamento mundial da entidade e a inteligência comercial teria que levar em conta o ambiente altamente sofisticado e competitivo do mercado global de entretenimento – e, naturalmente, já seria feita em versão bilíngue.

## A Marca

“O céu é o mar de Brasília”

Esse foi o pensamento de Lucio Costa, responsável pelo projeto urbanístico de Brasília. E mesmo familiarizado com o seu projeto, Lucio se surpreendeu ao perceber a beleza da cidade que ele próprio ajudou a criar. De fato, Brasília surpreende até mesmo quem vive nela.

Planejada para desde cedo ser moderna, a cidade é minuciosamente organizada e conhecida mundialmente pela sua arquitetura inovadora. Praças, prédios, monumentos, tudo é construído seguindo padrões que fizeram de Brasília um Patrimônio Cultural da Humanidade reconhecido pela UNESCO.

Para compor ainda mais toda essa beleza, tem o calor do povo brasileiro e sua cultura, com produções de dança, teatro, música, cinema, artes plásticas e visuais. Tudo isso fez a cidade ser reconhecida pelo *Bureau Internacional de Cidades Culturais* como a “Capital Americana da Cultura” em 2008.

E foi baseado em sua arte em concreto, na cultura brasileira e no céu com 360° de espetacular visão que surge a marca do *Brasília Film Commission*. Na composição da marca, há elementos arquitetônicos como os traços arrojados do *Museu Nacional* de Oscar Niemeyer e

os arcos da Ponte JK, dois novos monumentos que ressaltam a beleza panorâmica da cidade exposta ao ar livre. Brasília é um dos grandes pólos de produção cinematográfica do Brasil. Para representar isso, uma tira de película que acompanha os traços arquitetônicos expostos na marca. E os caracteres têm um ar simples e de fácil leitura, mas sem deixar de lado uma visão de segurança, passando solidez e credibilidade que são características que só uma cidade como Brasília tem.

Além de demonstrar que estamos prontos para receber grandes produções, uma marca que mostra a verdadeira Brasília, uma atraente obra de beleza cinematográfica.



## Aplicações

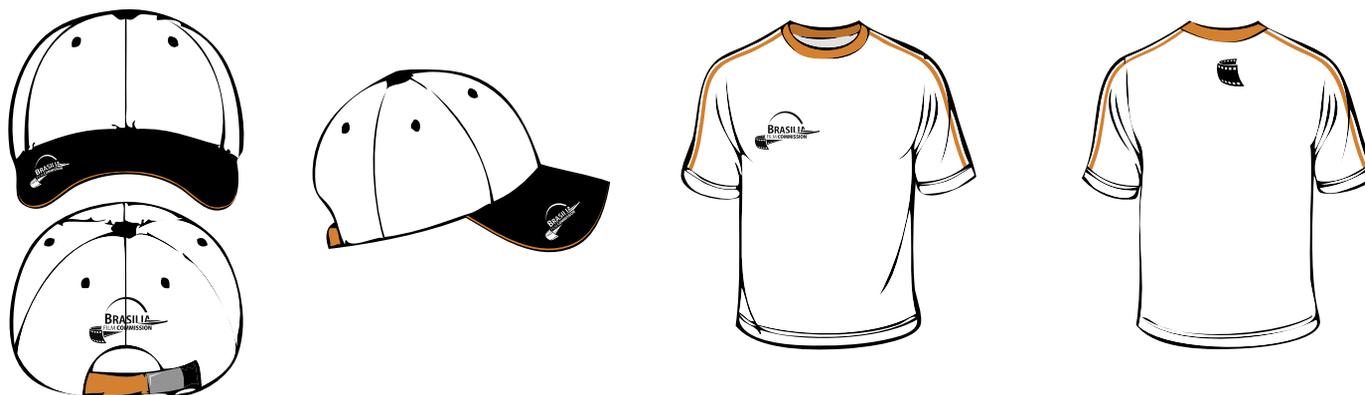
Uma boa marca é aquela que também tem boas aplicações. A marca do *Brasilia Film Commission* funciona não só variando suas cores, como também sendo aplicada nos mais diferentes objetos.

Além de brindes, papelaria, canetas, cartões e documentos, a marca também é bem aplicada em itens de uso comum de quem participa de produções cinematográficas.



## Bonés e camisetas

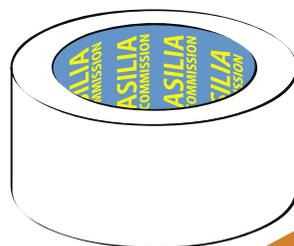
Muitas das produções ocorrem em ambientes externos. Como em Brasília o sol brilha na maior parte do ano, bonés são excelentes opções para proteger toda a equipe. As camisas também fazem parte das produções, facilitando a identificação das equipes técnicas.



## Lanternas, fitas adesivas, métricas e de isolamento

Versatilidade, organização e precisão são indispensáveis para quem trabalha em um *set* de filmagem. Para isso, inúmeras ferramentas são úteis para resolver imprevistos. Lanternas para os ambientes escuros ou captações noturnas. Fitas de isolamento para delimitar áreas onde pessoas de fora da produção não podem ultrapassar. Já as fitas adesivas são indispensáveis e usadas o tempo todo para marcações, fixar objetos ou organizar fios. E a fita métrica, que além de marcar distâncias, é bastante utilizada para definir o foco da câmera.

Essas aplicações ajudam a divulgar dentro e fora do País os esforços da instituição para transformar Brasília em destino certo para as grandes produções.



Área de filmagem

Área de filmagem

## Divulgação

Para promover a marca e, acima de tudo, Brasília como cenário de produções internacionais, foram criadas peças publicitárias como banners, livretos, folders, anúncios, cartazes, entre outras peças.

### Livreto promocional

Para divulgar Brasília, um livreto informativo com fotos e detalhes sobre o que a cidade tem a oferecer, desde locações exclusivas até sobre a estrutura que a cidade tem para receber produções audiovisuais transnacionais. Este material será distribuído em festivais, mercados e eventos ligados à indústria do entretenimento no Brasil e no mundo.



### Folder Institucional

E para complementar as informações sobre a *Brasília Film Commission*, um folder com um breve histórico de como foi formado modelo de gestão compartilhado da entidade, o colegiado que compõem a esfera de governança local, bem como os pilares estratégicos, as esferas de atuação prioritárias, entre outros.

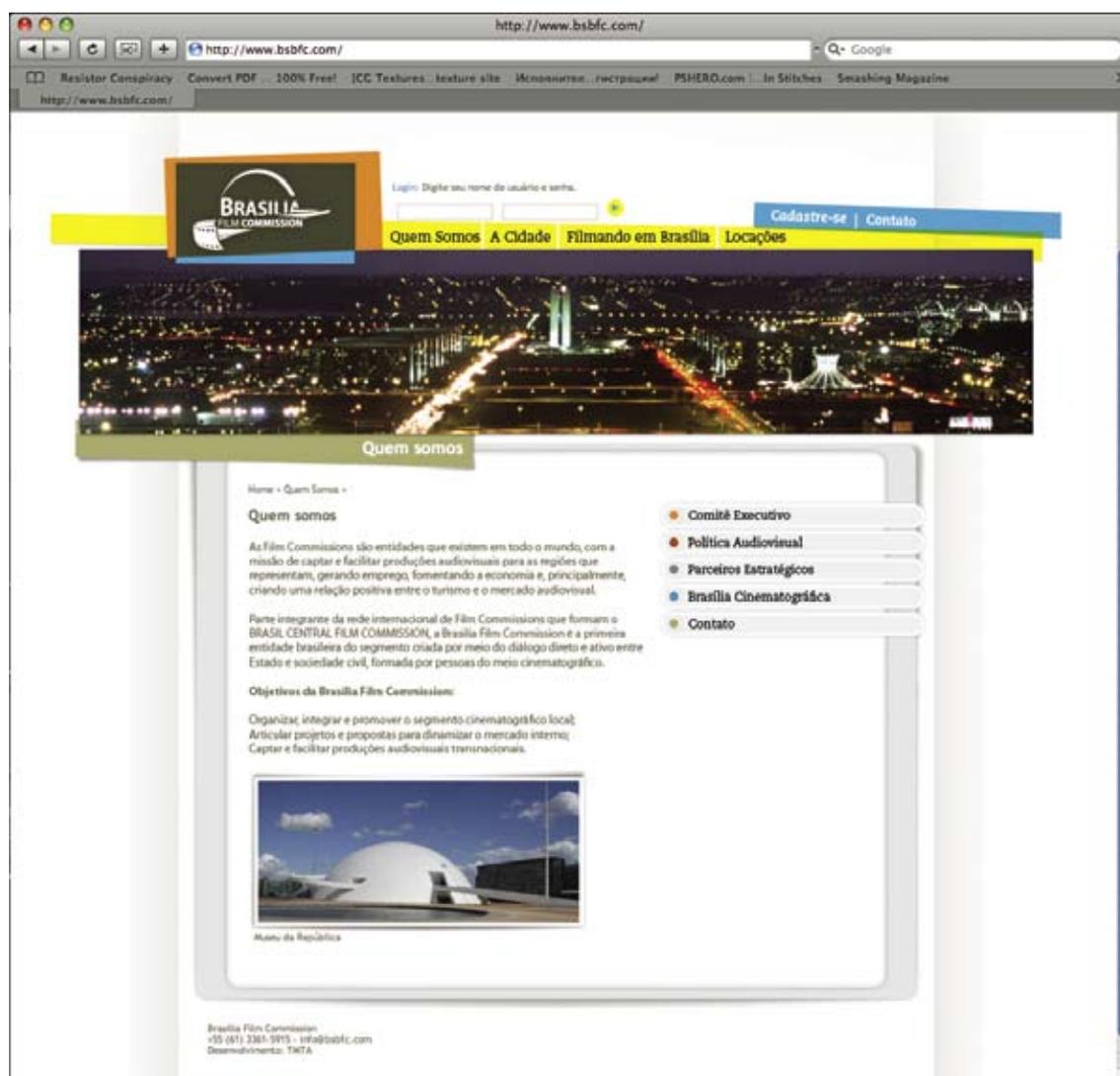




## Internet

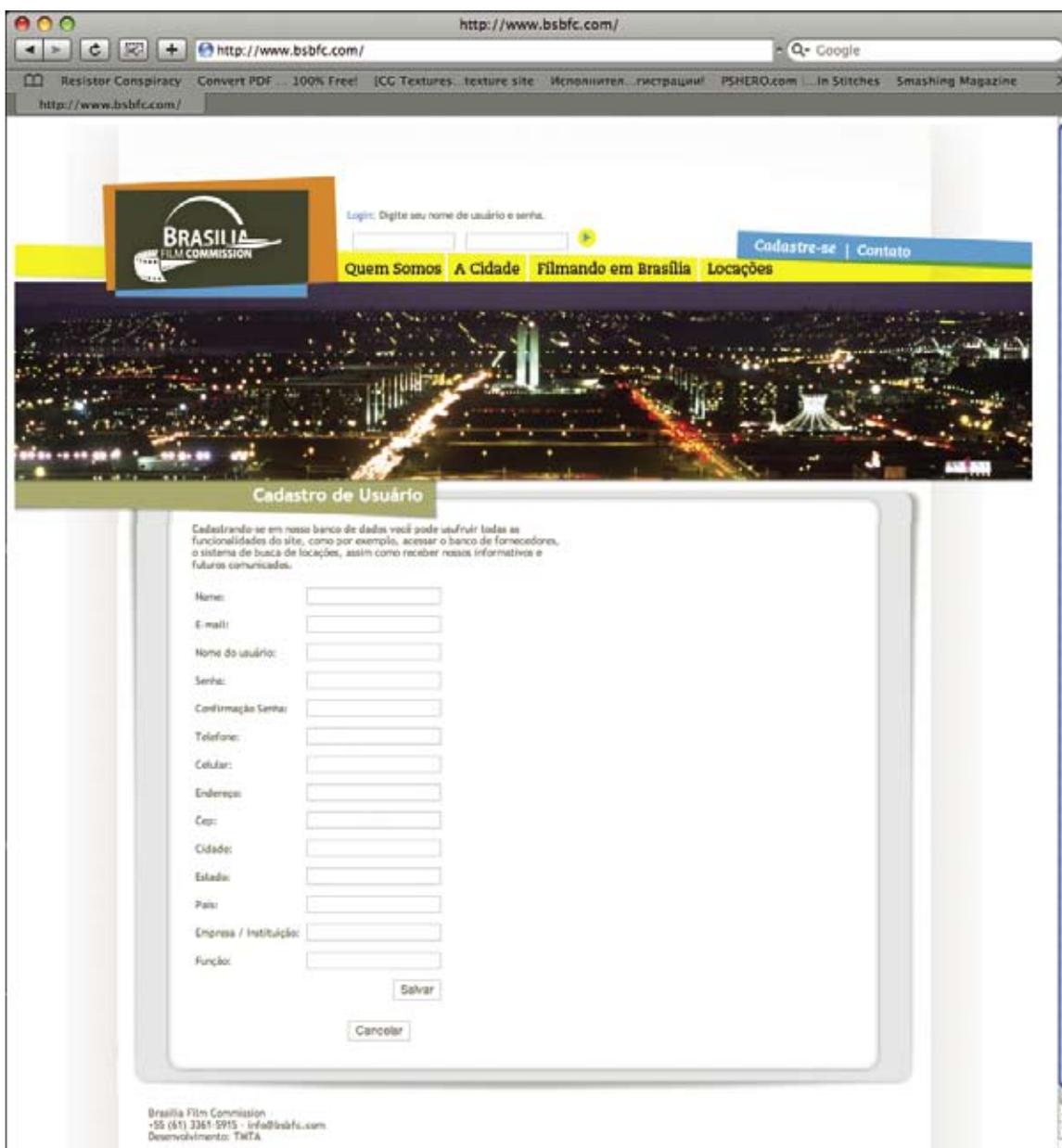
A internet é uma das ferramentas mais importantes usadas na divulgação de Brasília como destino de produções audiovisuais transnacionais. Para isso, foi criado o site da *Brasília Film Commission* ([www.bsbfc.com](http://www.bsbfc.com)), onde produtores de qualquer parte do mundo poderão acessar informações sobre locações e serviços disponíveis para quem quer filmar na capital brasileira.

O site foi feito a partir de um estudo sobre o que há de melhor e mais eficiente em outras FCs espalhadas pela rede. Conheça algumas das ferramentas:



## Cadastro de usuários

Ao se cadastrar, o usuário poderá acessar os serviços disponíveis no site. E com isso, a *Brasília Film Commission* poderá mapear as principais demandas e montar um *mailing* de potenciais clientes para a região.



The image shows a screenshot of a web browser displaying the registration page of the Brasília Film Commission. The browser's address bar shows the URL <http://www.bsbfc.com/>. The page features a navigation menu with links for "Quem Somos", "A Cidade", "Filmando em Brasília", "Locações", "Cadastre-se", and "Contato". A large banner image of a city at night is visible. The main content area is titled "Cadastro de Usuário" and contains a registration form with the following fields: Name, E-mail, Nome do usuário, Senha, Confirmação Senha, Telefone, Celular, Endereço, Cep, Cidade, Estado, País, Empresa / Instituição, and Função. Below the form are "Salvar" and "Cancelar" buttons. A small text block above the form explains the benefits of registration. At the bottom of the page, contact information for Brasília Film Commission is provided: phone number +55 (61) 3361-5915, email info@bsbfc.com, and development by TWTA.

http://www.bsbfc.com/

Resistor Conspiracy Convert PDF 100% Free! ICG Textures texture site Испонител...гистрации! PSHERO.com In Stitches Smashing Magazine

http://www.bsbfc.com/

BRASILIA  
FILM COMMISSION

Login: Digite seu nome de usuário e senha.

Cadastre-se | Contato

Quem Somos A Cidade Filmando em Brasília Locações

Cadastro de Usuário

CadastRANDO-se em nosso banco de dados você poderá usufruir todas as funcionalidades do site, como por exemplo, acessar o banco de fornecedores, o sistema de busca de locações, assim como receber nossas informativas e futuros comunicados.

Nome:

E-mail:

Nome do usuário:

Senha:

Confirmação Senha:

Telefone:

Celular:

Endereço:

Cep:

Cidade:

Estado:

País:

Empresa / Instituição:

Função:

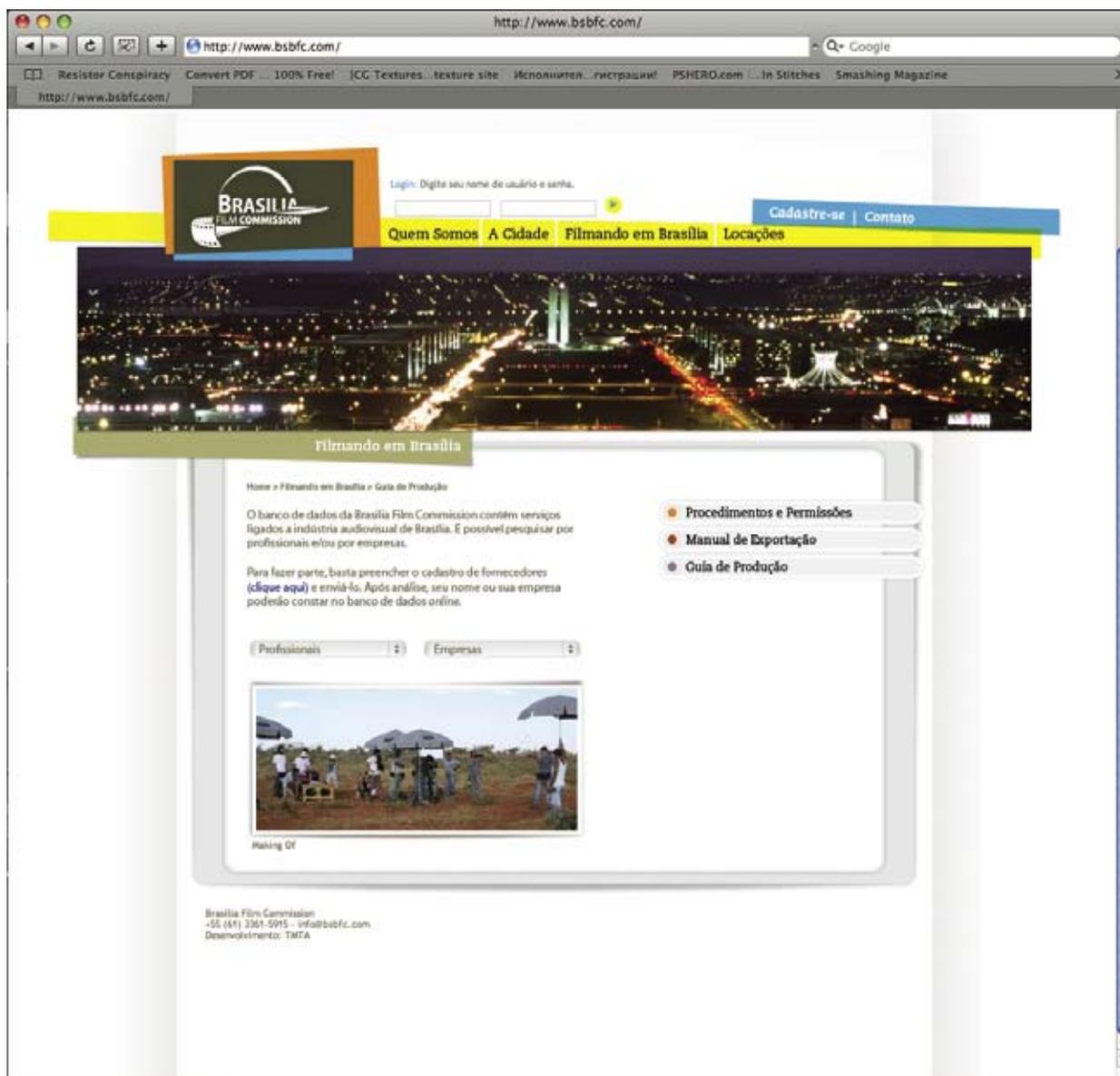
Salvar

Cancelar

Brasília Film Commission  
+55 (61) 3361-5915 - info@bsbfc.com  
Desenvolvimento: TWTA

## Guia de produção

É um sistema de cadastro e exibição *on-line* de fornecedores locais para a indústria audiovisual. Nessa seção, empresas produtoras e prestadores de serviço poderão se cadastrar e, após análise, as informações ficam disponíveis no site. Tudo de forma simples, rápida e gratuita.



The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.bsbfc.com/>. The page features the logo for the BRASÍLIA FILM COMMISSION and a navigation menu with links for 'Quem Somos', 'A Cidade', 'Filmando em Brasília', and 'Locações'. A large banner image shows a night view of Brasília's illuminated skyline. Below the banner, the 'Filmando em Brasília' section is active, displaying a breadcrumb trail: 'Home » Filmando em Brasília » Guia de Produção'. The main content area contains text explaining the database and registration process, along with a search filter for 'Profissionais' and 'Empresas'. A small photo of a film set is labeled 'Making Of'. On the right, a sidebar lists 'Procedimentos e Permissões', 'Manual de Exportação', and 'Guia de Produção'. The footer includes contact information for the Brasília Film Commission and its association with TMTA.





# O lançamento da *Brasilia Film Commission*

A Ação Símbolo consistiu no lançamento da *Brasilia Film Commission* durante a abertura do **41º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro**, no dia 18/11/08, com o anúncio público e oficial da entidade perante a comunidade audiovisual nacional.

Nos dias seguintes, foi instalado um estande da *Brasilia Film Commission* no Hotel Nacional para atendimento ao público e cadastro gratuito de Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas no banco de dados virtual do projeto junto ao **III Seminário Locações Brasil**, encontro anual promovido pela *Aliança Brasileira de Film Commissions*, a **ABRAFIC**.

No evento, foi anunciada pela Secretaria de Segurança Pública a intenção de estender as atribuições do *NUEV (Núcleo de Eventos)* para **Núcleo de Planejamento de Eventos e Permissões de Filmagem**, como parte da estrutura orgânica do GDF. Será importante que este núcleo incorpore no âmbito de sua criação um debate sobre os procedimentos para concessão de autorização para filmagens em conjunto com o Comitê da *BsbFC*, ou seja, ouvindo o mercado e atendendo às demandas de agilidade do setor.

Como o *NUEV* já trabalha numa estrutura transversal (*Polícia Militar, Batalhão Militar, Polícia Civil, DETRAN, Administrações Regionais, CEB, Caesb, DER* e outras Secretarias de Estado), essa nova configuração continuará a atender aos padrões de excelência internacional (*one-stop-shop*), centralizando as demandas num único local. Isso será um modelo para o Brasil.



Estande da Brasília Film Commission no 41º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro



# Repercussão na mídia e na comunidade



Em parceria com o Jornal “Correio Braziliense”, o anúncio criado para lançamento da *BsbFC*, ganhou ¼ de página em dois momentos: no domingo que antecedeu a abertura do 41º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro e no sábado que antecedeu o encerramento do evento.

A mídia espontânea gerada pelo projeto foi bastante satisfatória, gerando um valor promocional de quase R\$ 200.000,00 apenas na imprensa escrita, sem contar as inserções em rádio e televisão. Isso demonstra o quanto o tema foi bem recebido pela imprensa, por contar com ótimo apelo para exposição junto à imprensa local e nacional. Isso confirma ser esta uma boa estratégia de visibilidade e associação de massa para investidores tanto do setor público como da iniciativa privada.

Foi realizado ainda um vídeo com entrevistas contando os bastidores do projeto *Brasília Cinematográfica*, cuja cópia também segue ao final desta publicação, e que certamente irá auxiliar a implantação deste modelo para outros destinos indutores.

Uma última boa notícia para o projeto foi a parceria com o *Ministério das Relações Exteriores*, que levou a *Brasília Film Commission* à ***Locations Trade Show 2009***, maior feira de locações do mundo, que acontece anualmente em Los Angeles, na Califórnia. O material da entidade ficou disponibilizado para produtores e diretores de todo o mundo no estande da *FilmBrazil*.

Foi enviado também um lote kit promocional da *BsbFC* para o Consulado do Brasil em Los Angeles, na Califórnia, onde estão situados os estúdios de *Hollywood*.

# Folha de São Paulo

24/08/2008

Em sua visita ao Brasil, o diretor alemão Wim Wenders aponta Brasília como o lugar em que gostaria de filmar no Brasil, e disse que se sentiria livre para trabalhar aqui. "Na parede do meu quarto, tinha todas as informações e imagens que podia ter sobre Brasília. Se eu fosse fazer um filme amanhã sobre o Brasil não hesitaria em filmá-lo em Brasília, um lugar exemplo para o mundo", informa o diretor, que revela verdadeira paixão pelo trabalho de Oscar Niemeyer.

## Brasília, capital do turismo cinematográfico

O GDF, em parceria com o Ministério do Turismo e o Instituto Dharma, está empenhado em transformar Brasília na capital do turismo cinematográfico. Na próxima terça-feira, será discutido o projeto "Brasília Cinematográfica", que pretende incentivar a realização de produções audiovisuais na cidade. O encontro será realizado no auditório da Biblioteca Nacional, das 9h30 às 17h.

O projeto "Brasília Cinematográfica" foi desenvolvido com base em um estudo do Ministério do Turismo, em parceria com o Instituto Dharma, e com o apoio da BrasíliaTur e da Secretaria de Cultura. Faz parte de um programa ainda mais abrangente que elegeu 10 cidades-símbolo como possíveis referências em diferentes nichos na área do turismo. As primeiras escolhidas foram Brasília, para sediar o turismo cinematográfico; Ribeirão

Preto, para o turismo de negócios; e Parati, para o turismo cultural. De acordo com esse estudo, Brasília tem um grande potencial para se tornar referência no turismo cinematográfico, o que poderá trazer grandes benefícios à economia da cidade. A movimentação de atividades que uma filmagem proporciona beneficia diferentes setores: produtivos e pode,

em um futuro próximo, contribuir para novos negócios, inclusive para o crescimento turístico da região. O projeto "Brasília Cinematográfica" marca, ainda, o lançamento da Brasília Film Commission, formada por empresários, prestadores de serviços e pelo poder público, que vão incentivar e tornar atraentes, do ponto de vista econômico, as produções cinematográficas na cidade.

GERAL

## Encontro debate proposta o turismo cinematográfico

III Encontro de Institucionalização do Projeto Brasília Cinematográfica acontece no dia 11, na Biblioteca Nacional

Na terça-feira (11), acontece o III Encontro de Institucionalização do Projeto Brasília Cinematográfica, das 14h30 às 19h, no auditório da Biblioteca Nacional de Brasília. No evento, estarão reunidos o governador do Distrito Federal, José Roberto Arruda, o ministro do Turismo, Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho, entre outros representantes dos governos federal e distrital, cineastas, produtores, investidores e personalidades ligadas à produção audiovisual e o turismo para desenvolver propostas para o desenvolvimento do turismo cinematográfico na região e assinar a criação oficial da Brasília Film Commission, entidade que irá promover Brasília como

destino privilegiado de produções audiovisuais. "Brasília Cinematográfica" faz parte de um programa do Ministério do Turismo, que elegeu 10 cidades referências em diferentes nichos no Brasil em determinadas áreas de turismo, e tem como meta transformar a capital em destino indutor do turismo cinematográfico. Segundo Ana Cristina e Silva, presidente do Distrito Dharma - entidade zadora do projeto cinematográfico -

Distrito Federal, domingo, 26/10/2008 - HOJE EM DIA - brasilia@hojemdia.com.br

Brasília

### PROJETO

# "Brasília Cinematográfica"

Ministério do Turismo tenta alavancar o setor através da sétima arte

MARIA JÚLIA LLEDÓ  
REPORTER

A magia do cinema leva espectadores do mundo inteiro a planejar viagens para as locações de seus filmes favoritos. Segundo dados de uma pesquisa feita pelo Ministério do Turismo, a Nova Zelândia orgulha-se de um aumento de 300% em visitantes depois do faturamento com a bilheteria da trilogia "Senhor dos Anéis", rodado no país. Visando esse lucrativo intercâmbio de interesses, o ministério quer apostar numa cidade que sirva como mode-

lo. Por agregar habitantes de todas as partes do país e quebrar paradigmas tanto na arquitetura, quanto no plano urbanístico, Brasília foi eleita cidade referência e destino indutor do turismo cinematográfico no Brasil.

O terceiro e último seminário de discussão do projeto Brasília Cinematográfica, parceria entre Ministério do Turismo, Instituto Dharma (IDF), GDF e associa-



ções do audiovisual do DF está previsto para o dia 7 de novembro, no Museu da República. Na data será firmada a Brasília Film Commission

(BshFC), órgão responsável por aglutinar representantes do setor audiovisual do DF em prol da concretização de projetos que viabilizem a sétima arte na capital. "Queremos que em Brasília se crie um pólo de filmes que valorizem a imagem da cidade e tragam um fluxo de turismo maior", garante Ricardo Moesch, coordenador geral do serviço turístico do Ministério do Turismo.

Para o presidente da As-

sociação Brasileira de Cinema e Vídeo (ABCV), Márcio Moraes, a proposta veio em boa hora tendo em vista a atual situação do cinema na cidade. "A situação é precária. Apesar de termos alguma esperança com o FAC 2009, que promete um orçamento de R\$ 6 milhões para o cinema, nossa situação chega a ser calamitosa. A colaboração do Governo é aquém da necessidade e da nossa capacidade. Brasília deixou de ser o terceiro pólo de cinema no Brasil para ser o quarto ou quinto. Precisamos mudar esse ritmo decrescente", pondera.



# Conclusão

**Boas políticas sempre resultam da somatória do conhecimento das tendências globais de desenvolvimento e o diálogo com a sociedade, além do bom uso do poder de tomada de decisão para mudar a realidade da região pela qual foi escolhido para governar.**

Essa parceria celebrada entre o *Instituto Dharma* e o *Ministério do Turismo* teve como objetivo realizar a primeira etapa de preparação da cidade referência do turismo cinematográfico no Brasil.

Para isso, foi necessário desenvolver um plano de ações indutoras de desenvolvimento do setor audiovisual em Brasília/DF, com vistas finalísticas à roteirização de produtos do nicho turismo cinematográfico, que pudessem ser adotadas ou adaptadas em outros destinos brasileiros.

O projeto Brasília Cinematográfica possibilitou a definição de um diagnóstico do setor, a realização de uma série de seminários e encontros de formação de alianças para a consolidação de um arranjo produtivo local, até o lançamento oficial da *Brasilia Film Commission*, entidade cuja missão primordial será a captação e facilitação de produções audiovisuais e o preparo da região como plataforma de exportação de produtos e serviços ligados ao entretenimento.

Com a criação da *Brasilia Film Commission*, primeira entidade nacional do setor com colegiado composto por poder público, iniciativa privada e terceiro setor, Brasília escreveu um importante capítulo do audiovisual nacional.

E ainda, pela primeira vez em sua história, o Estado e os líderes do setor se uniram em prol de um único objetivo: a criação de um órgão que pode se tornar o ponto de convergência e a voz uníssona desta indústria em plena e constante atualização.

Não podemos esperar resultados diferentes fazendo as coisas de forma igual. Mudanças são necessárias para que possamos nos inserir no novo paradigma provocado pela era da economia criativa. É preciso dar condições aos realizadores locais para que explorem as oportunidades criadas pelas novas mídias e prepará-los para os desafios impostos pela modernidade.

Considerando que o modelo adotado é o de um conselho executivo que irá tomar posse a partir da publicação de decreto do governador, fica a cargo do governo local e da comunidade audiovisual dar andamento aos encontros para avançar na matriz de demanda validada neste projeto. Esse pacto pode abrir as possibilidades de transformação de um segmento em indústria, não apenas auto-sustentável, mas lucrativa, geradora de renda e divisas para o Distrito Federal.

Além de revelar potencialidades, oportunidades e comportamentos que estimulem novos modelos de organização para a aplicação sustentável do segmento audiovisual, esse ambiente certamente pode contribuir para a formação, num futuro próximo, de uma rede híbrida de empreendedores com o objetivo de induzir o turismo cinematográfico na região central do Brasil.



# Bibliografia

## AUDIOVISUAL:

- 30 anos de Cinema e Festival – A História do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, 1965 – 1997 / *Secretaria de Cultura e Esportes – Fundação Cultural do Distrito Federal*
- Festival 40 anos – A hora e a vez do filme brasileiro / Autoria: *Maria do Rosário Caetano*
- Cinema Candango – Matéria de Jornal, Autoria: *Vladimir Carvalho / Edições Cinememória*
- Série Cinema no mundo - Indústria, Política e Mercado: América Latina/organização – Autoria: *Alessandra Meleiro* - São Paulo, *Escrituras Editora*, 2007. Volumes II, IV e V
- O Cinema de Amanhã, Apoio: *Fundação Ford*, organização e edição: *Geraldo Moraes*, Brasília, 2008
- A Economia da Cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil, Autoria: *Alfredo Bertini* - São Paulo, *Editora Saraiva*, 2008
- Diversidade Cultural e a Convenção da Unesco. Autoria: *Geraldo Moraes e Débora Peters (org.)*, Edição: *CBC - Congresso Brasileiro de Cinema/CBDC - Coalizão Brasileira pela Diversidade Cultural*. Março, 2006
- O Show Não Pode Parar: Direito do Entretenimento no Brasil, Autoria: *Deborah Sztajnberg* - 2º edição revisada, atualizada e ampliada
- Festival 40 anos: a hora e a vez do filme brasileiro - Autoria: *Maria do Rosário Caetano* - 2007 – Brasília/DF
- Cineastas de Brasília - Autoria: *Raquel Maranhão Sá* - 2003 – Brasília/DF
- Mapa dos Espaços Culturais do DF/2009
- *SEBRAE/DF* – Pesquisa de Perfil do Consumidor Cultural do DF

## TURISMO:

- Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – uma viagem de inclusão / *Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo, módulo 1 - Sensibilização / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo, módulo 2 - Mobilização / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo, módulo 3 -Institucionalização da Instância de Governança Regional / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo, módulo 4- Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo, módulo 5 - Formação de Redes / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Roteiros do Brasil – Programa de Regionalização do Turismo 2006 / *SEBRAE & Ministério do Turismo*
- Turismo de Aventura – Orientações Básicas, Brasil 2006 / *Abeta, Ongtur & Ministério do Turismo*
- Turismo e acessibilidade – Manual de Orientações 2006 / *Secretaria Especial de Direitos Humanos & Ministério do Turismo*
- Turismo Social – Diálogos do Turismo, uma viagem de inclusão / *IBAM & Ministério do Turismo*
- Segmentação do Turismo – Marcos Conceituais / *Ministério do Turismo*
- Turismo Cultural – Orientações Básicas / *Ongtour & Ministério do Turismo*
- Brasília, muito mais do que você imagina – Mapa Turístico 2003-2004 / *Secretaria de Turismo - GDF*

- Brasília – *Tourist Guide* - 9ª edição / SEBRAE
- Brasília, fatos importantes – Arquivo Público do Distrito Federal / *Secretaria de Cultura - GDF*
- Hotéis de Brasília / *Secretaria de Turismo , GDF, ABIH –DF, SEBRAE DF & Brasília Convention & Visitors Bureau*
- Veja especial - Super Guia Brasília – Sucessos da Cidade / *Revista Veja*, julho 2004
- Monumenta Brasília – *Conjunto Cultural da República / GDF*
- Veja Brasília – Viver Melhor / set,2004
- A invenção de Brasília – 50 anos do Projeto de Lúcio Costa / *Correio Braziliense* 16.03.2007
- Revista Guia do Visitante / Bem Vindo – O presidente e a capital / mar.abr.mai 2005
- Brasília, Capital do século 21 / *ADETUR, GDF, CAESB, CEB, TERRACAP & BRB*
- Brasília em três tempos / *Correio Braziliense* 19.04.2005
- Olhar Brasília / *Correio Braziliense* 14.04.2004
- Brasília da Humanidade / *Correio Braziliense* 07.12.2007
- Brasília a 24 quadros / *Centro Cultural Banco do Brasil*

### **JORNAIS/REVISTAS:**

- *Jornal Correio Braziliense*
- *Jornal Folha de São Paulo*
- *Jornal de Brasília*
- *Jornal Tribuna do Brasil*
- *Revista de Cinema*
- *Jornal da Comunidade*
- *Isto é Dinheiro* / out.2008
- *Guia do visitante/ Bem Vindo – Lago Paranoá, um mundo de atrações* / set.out.nov. 2004

### **SITES CONSULTADOS:**

- [www.apro.org.br](http://www.apro.org.br)
- [www.abpitv.com.br](http://www.abpitv.com.br)
- [www.dfcriativa.com.br](http://www.dfcriativa.com.br)
- [www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)
- [www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)
- [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)
- [www.sc.df.gov.br](http://www.sc.df.gov.br)
- [www.imdb.com](http://www.imdb.com)
- [www.autoresdecinema.com.br](http://www.autoresdecinema.com.br)
- [www.cpav.pt](http://www.cpav.pt)

### **ENTIDADES CONSULTADAS:**

- *BRC&VB*
- *ABAV/DF*
- *Centro Excelência em Turismo - Universidade de Brasília*
- *Secretaria de Estado da Cultura; FAC – Fundo de Apoio a Cultura do DF e Pólo de Cinema Grande Otelo*
- *Arquivo Público do Distrito Federal*
- *DEPHA – Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico do DF*
- *Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo do DF e Brasiliatur*

O material veiculado nesta publicação constitui reprodução referencial, educativa, acessória e sem fins comerciais, nos termos do Art. 46, VII da Lei 9.610/98. Como garantia de observação e respeito aos direitos morais de autor, esclarecemos que foram reproduzidas, total ou parcialmente, imagens e produtos de divulgação e merchandising das seguintes obras:

“*Aeon Flux*”, de Karyn Kusama – EUA, 2005. Imagem da atriz Charlize Theron. *Paramount Pictures, Lakeshore Entertainment, Valballa Motion Pictures, MTV Films, MTV Productions, Colossal Pictures, Papillon Productions.*

“JK” – Minissérie de Maria Adelaide Amaral e Alcides Nogueira, direção de Dennis Carvalho – Brasil, 2006. © *TV Globo.*

“Fuga Sem Destino” (2006), “Tortura Selvagem a Grade” (2001) e “No Eixo da Morte” (1997). Todos os direitos referentes à obra de Afonso Brazza são de propriedade da *A.F.B. Studio*, Claudette Joubert e Pedro Lacerda.

# Autoridades

Presidente da República Federativa do Brasil  
**Luiz Inácio Lula da Silva**

Ministro de Estado do Turismo  
**Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho**

Secretário-Executivo  
**Mário Augusto Lopes Moysés**

Secretário Nacional de Políticas de Turismo  
**Airton Pereira**

Diretora do Departamento de Estruturação, Articulação  
e Ordenamento Turístico  
**Tânia Brizolla**

Coordenadora-Geral de Regionalização  
**Ana Clévia Guerreiro Lima**

Coordenadora-Geral de Segmentação  
**Rosiane Rockenbach**

Coordenadora-Geral de Informação Institucional  
**Isabel Barnasque**

Coordenador-Geral de Serviços Turísticos  
**Ricardo Martini Moesch**

# Ficha Técnica

## MINISTÉRIO DO TURISMO

Dez Destinos Referência em Segmentos Turísticos

Coordenação Geral:

**Tânia Brizolla**

Coordenação Técnica:

**Ana Clévia Guerreiro Lima**

**Rosiane Rockenbach**

**Jurema Monteiro**

Equipe técnica:

**Brena Coelho**

**Carolina Campos**

**Fabiana Oliveira**

**Laura Marques**

**Philippe Figueiredo**

**Wilken Souto**

# Expediente

## INSTITUTO DHARMA

Idealizadora e Coordenadora Geral

**Ana Cristina Costa e Silva**

Gestora do Projeto

**Aurora Aguiar**

Consultor de Audiovisual

**Marcus Ligocki**

Consultora de Turismo

**Ana Cristina Viana de Melo**

Palestrante Convidada

**Rita Paludetto**

Diretor de Produção

**Ricardo Minussi**

Pesquisadora Bilíngue

**Marcela Neves**

Assistente Executiva

**Daniella Borges**

Assistente de Produção

**Clara Manik**

Estagiárias

**Juliana Gregoratto**

**Clarissa Gomes**

Consultores

**Lauro Neto**

**Maynarde Bizarria**

**Bismarque Villa Real**

Fornecedores:

**TMTA Comunicações**

**Chroma Comunicação**

**Digitall Cine**

**Fórmula Gráfica**

**Puppim Advogados Associados**

**Rhodes Contadores**

**Moreira & Associados**

# Leia Também



O **Estudo de Sinergia entre as Indústrias do Turismo e do Audiovisual Brasileiro** traz dados sobre as políticas globais de incentivo ao setor de entretenimento, faz um diagnóstico sobre a competitividade do mercado nacional e apresenta um planejamento estratégico, proposições táticas e ações operacionais para colocação do Brasil como destino privilegiado de produções audiovisuais transnacionais. A publicação, realizada em parceria entre o *Ministério do Turismo* e o *Instituto Dharma*, está na 2ª. edição.



A cartilha **Turismo Cinematográfico Brasileiro** visa sensibilizar o trade turístico nacional sobre como o turismo pode se beneficiar ao disseminar seus destinos no mundo do entretenimento. O Turismo Cinematográfico é responsável por resultados positivos para as comunidades pois gera resultados diretos e tangíveis, como emprego e renda; e indiretos e intangíveis, com a exposição do destino nas telas do cinema e da tevê. A publicação, realizada em parceria entre o *Ministério do Turismo* e o *Instituto Dharma*, está na 2ª. edição.



## **Benchmarking Turismo Cinematográfico. NOVA ZELÂNDIA.**

Uma publicação realizada pelo *Instituto Dharma* e a *Embratur* que têm como tema o estudo de caso sobre como a Nova Zelândia consolidou-se como referência mundial no turismo cinematográfico. Também traz informações sobre os fatores estratégicos de desenvolvimento, práticas de qualidade, gestão, mercado e promoção do setor pelas empresas especializadas.



## **Benchmarking Exportando locações. ÁFRICA DO SUL**

Uma publicação realizada pelo *Instituto Dharma* e a *Embratur* que trata de como a África do Sul, nação irmã do Brasil e que possui diversas semelhanças tanto em suas grandezas como em suas dificuldades, conseguiu se consolidar numa posição de liderança no cenário global de entretenimento e quais as lições o país têm para oferecer ao Brasil.

Para maiores informações e downloads gratuitos:

[www.institutodharma.org.br](http://www.institutodharma.org.br)

**Parceiros**

AATA/DF

ABCV

AIA

APBA

APROCINE

Brasília Convention & Visitors Bureau

Sebrae/DF

**Consultoria Técnica**

Instituto Casa Brasil de Cultura

**Apoio**

Brasiliatur

Secretaria de Cultura/GDF

**Realização**

Instituto Dharma

Ministério do Turismo





Apoio



Realização



Ministério  
do Turismo



ISBN 978-85-61239-19-0



9 788561 239190 >