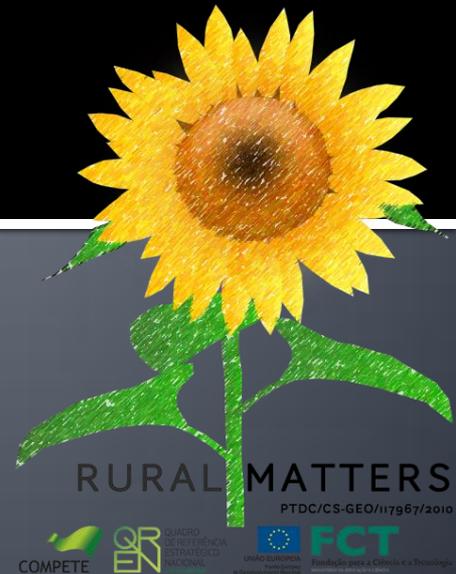


ESADR  
2013

# O cinema, o marketing territorial e a atratividade turística dos espaços rurais portugueses: o caso do filme *Coisa Ruim* (2005), de Tiago Guedes e Frederico Serra



RURAL MATTERS

PTDC/CS-GEO/117967/2010

COMPETE



QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL



UNIO EUROPEIA



Produção para a Ciência e a Tecnologia

João Luís J. Fernandes – [jfernandes@fl.uc.pt](mailto:jfernandes@fl.uc.pt)  
Ana Sofia C. Duque – [ascduque@gmail.com](mailto:ascduque@gmail.com)

Universidade de Coimbra | CEGOT

# Estrutura

1. Objetivos
2. O cinema e a imagem dos lugares
3. O rural no cinema português
4. Análise do filme *Coisa Ruim* (2005)
  - 4.1 Representações do rural
5. Notas conclusivas
6. Referências



# 1. Objetivos

- ⇒ Entender o cinema enquanto ferramenta de marketing territorial;
- ⇒ Compreender de que forma o espaço rural tem sido representado no cinema nacional;
- ⇒ Equacionar os efeitos (diretos e indiretos) das representações dos territórios, transmitidas através do cinema.



## 2. O cinema e a imagem dos lugares

### CINEMA



- ⇒ Fixa mais valias;
- ⇒ Promove empregos;
- ⇒ Atrai atividades adjacentes;
- ⇒ Relaciona-se com a organização de eventos;
- ⇒ Cria territórios turísticos

- ⇒ Interfere com as dinâmicas e trajetórias do espaço;
- ⇒ Ao representar os espaços interfere com a sua imagem (positiva ou negativa)
- ⇒ Promove territórios



## 2. O cinema e a imagem dos lugares

### Três tipos de imagem:

**Imagem induzida** → campanhas de promoção dos lugares e estratégias de marketing territorial

**Imagem complexa** → contacto direto com o lugar e vivências pessoais

**Imagem orgânica** → várias fontes de informação  
– fotografia, imprensa, literatura, CINEMA





## 2. O cinema e a imagem dos lugares

### Simplificação

reduz-se a diversidade de um lugar a um dos seus traços de identidade.

Ex: Rio de Janeiro – Carnaval e favelas

### Generalização

atribui-se ao conjunto as propriedades de uma parcela.

Ex: África – tragédia e violência



# 3. O rural no cinema português

1900 a  
1920

- Rural rude e arcaico, mas também pitoresco e folclórico

1930 a  
1950

- As comédias de Lisboa (ex: *O pátio das cantigas*, 1941) onde surge um rural encenado em contexto urbano
- Rural identitário e nacionalista, dos touros e fado (ex: *Severa*, 1931 e *Sol e Toiros*, 1949)



# 3. O rural no cinema português

1960

- Cinema Novo: o rural é o ponto de partida, mas filma-se sobretudo a cidade e os problemas aí encontrados (ex: *Verdes Anos*, 1963)

1970

- Com a Revolução de 74 o foco do cinema regressa ao campo. Não se filma um rural harmonioso, mas sim um espaço de conflitos ideológicos.





# 4. Análise do filme *Coisa Ruim*

## Ficha técnica:

- **Realização:** Tiago Guedes e Frederico Serra
- **Argumento:** Rodrigo Guedes de Carvalho
- **Produtor:** Paulo Branco
- **Ano:** 2005
- **Género:** Terror
- **Duração:** 100'





# 4.1 Representações do rural (*Coisa Ruim*)

Comunidade fechada,  
num rural remoto

Ilusão idílica dos  
recém-chegados

“Pessoas inteligentes  
ficam em Lisboa”, o rural  
é um “mundo saloio”

**RURAL**

Rural da  
biodiversidade e  
do parque natural

O peso do  
passado, lendas e  
superstições é  
muito forte.

O rural imaginado  
é uma decepção. O  
idílico torna-se  
anti idílico.



# 4.1 Representações do rural (*Coisa Ruim*)

*Rural VS Urbano*

*Sagrado VS Profano*

*Lenda VS Razão*

- A aldeia não é o paraíso sonhado
- A cidade como ponto de partida, mas também de chegada.
- O rural filmado é um mundo fechado em si, que não tolera ousadias



# 5. Notas conclusivas

- *Coisa Ruim* (2005) integra-se na nova cinematografia portuguesa;
- Há vários “rurais” representados no filme:
  - O rural despovoado, de onde partiram famílias;
  - O rural ecológico
  - O rural dos regressos, da memória, do retorno ao passado
  - Confronto entre rural idílico e anti idílico
- A cidade também está presente na narrativa.



# 5. Notas conclusivas

O lugar mostrado no filme cria sentimentos de medo.

O turismo pós-moderno identifica estes lugares (*traumascapes*) e aproveita-os para o desenvolvimento da atividade turística.



**Nova perspetiva:**

Turismo em espaço rural associado ao turismo sombrio (*dark tourism*)



# 6. Referências

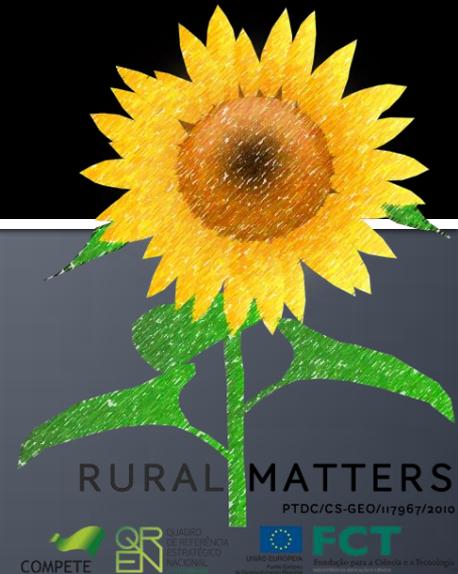
- Avraham, E. e Ketter, E. (2008). *Media Strategies for Marketing Places in Crisis*. Elsevier, Amsterdam.
- Baker, B. (2007). *Destination Branding for Small Cities*, Creative Leap Books, Portland.
- Baptista, T. (2008). *A Invenção do Cinema Português*. Tinta-da-China, Lisboa.
- Beeton, S. (2005). *Film Induced Tourism*. Channel View Publications, Clevedon.
- Creton, L. (1994). *Économie du Cinéma: Perspectives Stratégiques*. Nathan, Paris.
- Creton, L. (1997). *Cinéma et Marché*. Armand Colin, Paris.
- Fernandes, J. L. J. (2013). A territorialização das indústrias criativas e as paisagens turísticas do cinema. *Cadernos de Geografia*, 32, 239-246.
- Fidalgo, V. (2013). *101 Lugares Para Ter Medo em Portugal*, A Esfera dos Livros, Lisboa.
- Figueiredo, E. (Coord. Geral) (2011). *O Rural Plural. Olhar o Presente, Imaginar o Futuro*, 100Luz, Castro Verde.
- Foley, M. e Lennon, J. (2000). *Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster*, Cengage Learning Business Press, Stanford.
- Hall, S. (Edit.) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, London.
- Stone, P. R. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards a Typology of Death and Macabre Re Tourist Sites, Attractions and Exhibitions". *Tourism: An Interdisciplinary International Journal* 54(2), 145-160.





ESADR  
2013

*Muito Obrigado!*  
*Thank you very much!*



RURAL MATTERS

PTDC/CS-GEO/117967/2010

COMPETE

QREN

QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL

UNAO EUROPEIA

FCT

Financiada pela União Europeia e o Ministério da Ciência e Tecnologia

João Luís J. Fernandes – [jfernandes@fl.uc.pt](mailto:jfernandes@fl.uc.pt)  
Ana Sofia C. Duque - [ascduque@gmail.com](mailto:ascduque@gmail.com)

Universidade de Coimbra | CEGOT