

## O TURISMO EM *PERFUME DE MULHER*: A ARTE COMO PROPULSORA DE DISCUSSÕES ACERCA DOS CONCEITOS QUE CIRCUNDAM A REALIZAÇÃO DE UMA VIAGEM

Kássia Farias de Souza Azevedo<sup>1</sup>

Felipe Alex Santos Andrade<sup>2</sup>

Letícia Souza Dantas<sup>3</sup>

Lívia Maria Bastos Vivas<sup>4</sup>

**RESUMO:** O presente artigo analisa a relação entre turismo e cinema por meio do longa-metragem *Perfume de Mulher* (1992), destacando como elementos da atividade turística são representados ao longo da narrativa. Partindo de uma pesquisa qualitativa e bibliográfica, o estudo discute conceitos fundamentais do turismo — como tipologias de turistas, meios de hospedagem, procedimentos hoteleiros e transportes turísticos — articulando-os com cenas específicas do filme. Observa-se que a obra cinematográfica ilustra, de modo verossímil, etapas essenciais da viagem, desde o planejamento prévio até a experiência no destino, além de oferecer subsídios para reflexões sobre comportamento do turista, serviços hoteleiros e qualidade do modal aéreo. Conclui-se que o cinema constitui um relevante instrumento pedagógico para o ensino do turismo, permitindo a visualização prática de conceitos teóricos e fortalecendo estudos que aproximam a sétima arte da compreensão da atividade turística.

**Palavras-chave:** Cinema; Turismo; *Perfume de Mulher*; Modal aéreo; Tipologia de turistas.

### INTRODUÇÃO

A contemporaneidade vive um fenômeno inigualável dentro da história humana. Tal fenômeno referenciado, que modificou de forma definitiva as relações sociais, surge pela revolução do audiovisual: a televisão, a internet e o cinema. Dentro da perspectiva desta pesquisa, o cinema terá mais destaque, este que surgiu ao final do

<sup>1</sup> Egressa do curso técnico em Guia de Turismo, IFBA. Graduanda em Medicina, UFBA. E-mail: [kassiafariassouza14@gmail.com](mailto:kassiafariassouza14@gmail.com)

<sup>2</sup> Egresso do curso técnico em Guia de Turismo, IFBA. Graduando em Direito, UFBA. E-mail: [felipealex8155@gmail.com](mailto:felipealex8155@gmail.com)

<sup>3</sup> Egressa do curso técnico em Guia de Turismo, IFBA. Graduanda em Saúde/Nutrição, UFRB. E-mail: [leticiaadantas@aluno.ufrb.edu.br](mailto:leticiaadantas@aluno.ufrb.edu.br)

<sup>4</sup> Doutora em Ciências da Cultura. Docente no IFBA, campus Valença. E-mail: [livia.vivas@ifba.edu.br](mailto:livia.vivas@ifba.edu.br)

século XIX e tornou-se, na atualidade, um “bem de consumo” indispensável ao cotidiano, por proporcionar a visita a um mundo fantástico, fictício ou totalmente realista e verossímil com a realidade.

Tamanha importância e influência do cinema nas relações sociais possibilitou um entrelaçamento entre a sétima arte e a atividade turística, como citado no livro *Cineturismo*, de Martins e Nascimento (2009), grandes teóricos do turismo, que já destacavam, ainda no século XX, que os filmes vão além de meros instrumentos de diversão, pois igualmente induzem o desejo pelo deslocamento para as localidades retratadas nos longas-metragens. Assim, é visível que a experiência cinematográfica gera a possibilidade da experiência turística, seja pelo desejo de conhecer os ambientes retratados nos filmes, seja pela conexão estabelecida entre o telespectador e as personagens da trama. A partir disso, segundo Martins e Nascimento (2009), foi criado o termo “turismo cinematográfico”, fazendo referência à segmentação do turismo ligada às experiências turísticas que terão como “pano de fundo” obras do cinema.

Ademais, é válido destacar que duas vertentes podem surgir dentro da perspectiva de um diálogo entre turismo e cinema. Dessa maneira, a primeira que surge, e a mais comum, é aquela que transforma o cinema em um ambiente para o *marketing*, venda de localidades com potencial turístico - como consequência, criando o próprio turismo cinematográfico. Já a segunda vertente possível, diz respeito ao uso de filmes e demais artigos do cinema para o ensino do turismo, como é o caso deste trabalho, o qual irá propor análises de conceitos relacionados à realização de uma viagem, presentes na longa-metragem *Perfume de Mulher*.

O referido filme, lançado no ano de 1992, foi dirigido por Martin Brest e tem sua ambientação realizada na cidade de Nova York. Esta obra cinematográfica possui grande reconhecimento, devido à brilhante atuação de Al Pacino, designado a interpretar um deficiente visual ranzinza, Frank Slade. O enredo se desenvolve a partir da relação entre Frank e o jovem Charlie Simms - Chris O'Donnell - personalidades opostas, que ao conviverem trazem ao longa momentos irônicos, cômicos e, igualmente, reflexivos.

Portanto, objetiva-se com a execução deste trabalho, descrever e expor através de pesquisas teóricas e análises feitas dentro do filme *Perfume de Mulher* as grandes

áreas inseridas na atividade turística e os processos que surgem a partir destas, sendo alvo específico neste trabalho a classificação do meio de hospedagem e os serviços inclusos; o tipo de transporte turístico, especificamente o modal aéreo; o perfil do turista; e os procedimentos da hotelaria - *check-in* e *check-out*.

O procedimento metodológico utilizado para realizar este trabalho foi de cunho qualitativo, a pesquisa bibliográfica, na qual remetemo-nos a contribuições de diferentes autores, através de exames e análises em livros e artigos científicos sobre turismo e cinema. Ademais, o estudo envolveu a análise do filme objeto de estudo. Todavia, por mais que seja destacado o referencial teórico, este não se mostra suficiente à finalidade de abranger de modo específico e mais aprofundado a temática da relação entre turismo e cinema, inerente ao filme analisado.

## **1 SOBRE O TURISMO EM *PERFUME DE MULHER***

Primeiramente, como já citado, o aclamado longa hollywoodiano abrange diversas áreas e conceitos distintos dentro de sua trama envolvente. Diante disso, o desenvolvimento dos personagens, a ambientação das cenas e o próprio dilema moral que norteia os acontecimentos do filme podem vir a ser explorados e interpretados de inúmeras maneiras, fugindo muitas vezes do viés cinematográfico original, como o caso destas análises que seguirão, as quais vão utilizar-se de cenas do longa para dialogar com o “mundo do turismo”.

Partindo para as análises, a princípio, como o filme retrata a dinâmica de uma viagem, obviamente as etapas de uma estadia impressas no longa, de forma direta ou indireta. Desse modo, logo nos primeiros minutos de *Perfume de Mulher* já nos são apresentados os personagens, além de ser construído o problema central da trama, mas, acima de tudo, “turismologicamente falando”, os aspectos da pré-viagem também estão inseridos nesses instantes iniciais, por mais que passem despercebidos.

Desse modo, a etapa da pré-viagem pode não ser explorada no filme explicitamente, todavia, pelo contexto dos diálogos estabelecidos, é fácil interpretar que Frank a realizou, isto é, o personagem não só planejou previamente a viagem, como também reservou as passagens de avião e contactou o hotel - o Waldorf Astoria.

Assim, o longa-metragem foi condizente, por mais que de forma implícita, com a realidade da atividade turística e com as etapas que a constituem. Vale destacar que o profissional guia de turismo ficaria responsável pela efetivação da pré-viagem, tornando-se os procedimentos desta etapa uma de suas primeiras atribuições.

## **2 DA TIPOLOGIA DE TURISTA**

A análise comportamental dos turistas é imprescindível para que os serviços turísticos sejam direcionados a um determinado público, o que, conseqüentemente, irá atrair diversas tipologias de turistas. A origem do termo “turista” remonta ao século XIX, entretanto, tornou-se popular recentemente. Esta palavra possui diversos significados formais, dentre estes, a Organização Mundial do Turismo (OMT) define esta expressão a partir da segmentação e diferenciação de dois grandes grupos, os excursionistas, que são turistas que viajam por um dia ou inferior a isto, e os demais são turistas que pernoitam ou passam um período de alguns dias em um determinado local.

No entanto, essas definições são amplas e impossibilitam o planejamento do turismo de modo geral. Neste âmbito, faz-se necessário o surgimento de novas definições de tipologias, sendo realizadas posteriormente por diversos autores. Erik Cohen é considerado um dos pioneiros nestas conceituações, evidenciando que diferentes tipos de turistas desencadeiam diferentes demandas sobre aquele determinado destino turístico, sendo algumas delas consideradas bastante intensas.

Observam-se características de uma personalidade elitista no personagem principal da trama - o Tenente Coronel Frank - o qual opta por utilizar serviços aéreos de primeira classe, veículos e hospedagem de luxo. Segundo Stanley Plog (1977), o turista aloccêntrico é definido a partir da busca por destinos quase intocáveis e exóticos. Em contraponto, o turista psicocêntrico tende a escolher destinos turísticos bem estabelecidos, não assumindo riscos.

Visto isso, verifica-se que Frank se encaixa no conceito de turista psicocêntrico, proposto por Plog, em razão de sua escolha em viajar para Nova York, que na época consolidou-se como um atrativo de grande potencial, possuindo uma ótima infraestrutura e diversos pontos turísticos. A American Express (1989), através da

pesquisa de mercado “Classificação de turistas e viajantes”, conceitua o termo “turista ostentador”, o qual, é definido como: “Essas pessoas [que] geralmente são viajantes ricos que pagam por conforto adicional e melhores serviços. Eles tendem a permanecer em hotéis cinco estrelas e gostam de ser “paparicados”” (American Express, 1989).

Logo, de acordo com essa classificação, o perfil exposto no longa para o personagem Frank igualmente se enquadraria como o de um turista ostentador (American Express, 1989). Por fim, estes respectivos estudos sobre tipologias baseiam-se principalmente nas características individuais, comportamentos e relações sociais - elementos comuns à construção de um personagem ficcional, sendo objeto de interesse do mercado consumidor.

### **3 DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM**

Das análises que seguirão nesta parte da pesquisa, estas estão totalmente voltadas para os aspectos e características dos meios de hospedagem retratados no longa *Perfume de Mulher*. Como já citado antes, grande parte da trama do filme é ambientada em um meio de hospedagem, sendo válido destacar que o momento mais emblemático da atuação dos atores ocorre nas acomodações do Waldorf Astoria. Assim, cenas que retratam um estabelecimento hoteleiro fazem-se presentes durante as 2 horas e 30 minutos do longa.

Inicialmente, para que a atividade turística seja plenamente realizada, é imprescindível que haja uma boa relação entre o meio de hospedagem e os hóspedes. Com base no diálogo estabelecido por Perazollo, Santos e Pereira (2010), sobre a teoria da Pirâmide das Necessidades de Maslow e o turismo, cabe aos meios de hospedagem garantirem o atendimento das necessidades básicas (fisiológicas) e de segurança dos hóspedes, isto é, não basta apenas serem intitulados de “hotel” ou equiparados, faz-se necessário que estes estabelecimentos cumpram requisitos e satisfaçam as expectativas do público consumidor, já que a falta dessa “satisfação” pode afetar drasticamente a atividade turística.

A partir dessa exposição, ao analisarmos o primeiro contato entre o Tenente Coronel Frank e Charles com o Waldorf Astoria, aos 39 minutos do filme, fica explícito

que o estabelecimento atende não só às necessidades estipuladas na Pirâmide de Maslow, mas também garante uma “ótima” expectativa para a vivência turística que se seguirá nas próximas cenas - fato que foi coerente com os estudos de Perazollo, Santos e Pereira (2010).

Ademais, o longa *Perfume de Mulher* não idealizou um hotel ficcional para a trama, mas utilizou-se da infraestrutura de um estabelecimento hoteleiro real - o hotel sede da rede Waldorf Astoria, na cidade de New York - para as gravações das cenas. Um ponto extraordinário da trama, uma vez que todos os serviços, espaços e dinâmicas mostradas ao público nas dependências do hotel serão condizentes com a realidade da atividade turística empregada no mesmo. Desse modo, na cena já mencionada, da chegada das personagens ao hotel, pode-se observar a oferta dos serviços do mensageiro e o alto nível da unidade habitacional (UH), com a disponibilidade de um bar privativo para os hóspedes, ou, no caso do longa, para Frank. Ainda na referida cena, o próprio estabelecimento hoteleiro viabiliza o aluguel de carros, atendendo ao desejo de Frank de se locomover por Nova York em uma *limousine*.

A próxima cena a expor serviços do Waldorf Astoria ocorre aos 52 minutos do filme, retratando um carrinho com “café, suco e outras delícias”, segundo o Tenente Coronel Frank, ou seja, traduzindo a linguagem da personagem, é retratado o serviço de quarto/refeição do hotel. Após esta cena, somente às 2 horas e 3 minutos será adicionado um aspecto do meio de hospedagem distinto dos já apresentados. O serviço de limpeza é introduzido de forma sutil à trama, em meio ao conflito de emoções do desfecho do longa.

Diante do exposto, tamanha é a exibição do meio de hospedagem, o Waldorf Astoria, que se torna possível classificá-lo seguindo as teorias do turismo. Nesse sentido, segundo os estudos de Andrade, Brito e Jorge (2005), o Waldorf Astoria caracteriza-se como um hotel central, sendo justificada tal classificação pelo grande porte do hotel, facilmente identificável no longa; pela localização próxima a outros serviços e infraestruturas da cidade; e, por fim, pelo grande número de serviços ofertados pelo estabelecimento, fato explícito no longa, haja vista as cenas destacadas acima. Portanto, *Perfume de Mulher* novamente manifesta-se verossímil



com a realidade do turismo, e, sendo coerente com as análises feitas, o longa leva para o cinema a realidade dos meios de hospedagem, com maestria.

#### 4 DOS PROCEDIMENTOS DA HOTELARIA

É notório destacar que na “cronologia” de uma viagem, após utilizar-se os recursos dos transportes turísticos, no caso do longa, o modal aéreo, a próxima etapa será a chegada no meio de hospedagem com a consolidação dos procedimentos da hotelaria. Em *Perfume de Mulher*, essa “lógica cronológica” é seguida, mantendo-se uma verossimilhança com a realidade, sendo que após a dinâmica das personagens no modal aéreo, em sequência, aos 39 minutos, é apresentado aos telespectadores o clássico Waldorf Astoria - o meio de hospedagem selecionado por Frank durante a etapa da pré-viagem.

Na cena, as personagens chegam ao Waldorf Astoria e direcionam-se às acomodações do hotel, sendo conduzidos por um mensageiro. O luxo do hotel somado à impecável interpretação dos atores Al Pacino e Chris O'Donnell foram suficientes para passarem despercebidos dois procedimentos imprescindíveis no turismo: o *check-in* e o *check-out*. De acordo com o autor Barreto de Carvalho, em sua obra *Teorias, Técnicas e Tecnologias para Formação e Atuação Profissional do Guia de Turismo*:

Na Língua Portuguesa, *check-in* significa checagem de entrada e *check-out* checagem de saída. Nas operações do Turismo, diz respeito ao conjunto de procedimentos para entrada ou saída monitorada de passageiros em algum tipo de empreendimento turístico para início ou término da prestação de algum tipo de serviço e/ou consumo de algum produto (BARRETO DE CARVALHO, 2016, p. 125).

No caso analisado do longa-metragem, os procedimentos do *check-in* e *check-out* estariam, segundo Barreto de Carvalho, ligados à ficha de registro das personagens no meio de hospedagem. Vale ressaltar que tal preenchimento dessa ficha de registro deve ser um momento breve, não se estendendo ou sendo extremamente burocrático, fato que possivelmente pode justificar a supressão, no filme, tanto do *check-in* quanto do *check-out*, este que ocorre próximo ao desfecho da trama (02h06min). Portanto, por mais que esses procedimentos não tenham sido abordados diretamente no longa, em vista da liberdade artística empregada na sétima arte, isto não “dissolve” a sua importância para a atividade turística, uma vez que o

*check-in* e o *check-out* consolidam-se como siglas básicas do “dia a dia” de um viajante ou do profissional guia de turismo.

Por fim, como em *Perfume de Mulher* não existe a atuação de um profissional guia de turismo, com as personagens agindo de forma autônoma durante toda a viagem, os procedimentos do *check-in* e do *check-out* foram simplificados nesta análise, limitando-se somente ao preenchimento da ficha de registro no estabelecimento - procedimento padrão - visto que não seriam transmitidas às personagens as responsabilidades de um guia de turismo nesta situação.

## 5 DOS MEIOS DE TRANSPORTE

Após os procedimentos de pré-viagem, os personagens Frank e Charlie seguem em sua jornada para Nova York. A fim de chegarem nesse destino, estes precisaram utilizar-se dos transportes turísticos, haja vista que são de suma importância para a execução de uma viagem. Os transportes são essenciais para o desenvolvimento de uma sociedade:

Hoje pode-se comparar o transporte, ao sangue que gentilmente percorre todo nosso corpo, transporta oxigênio e materiais nutritivos sem nossa percepção. Sem a existência do transporte as cidades, estados ou até mesmo países ficariam inoperantes (PEREIRA *et.al.*, 2010, p. 02).

Além de exercerem papel fundamental na dinâmica social, os transportes possuem distinções entre si, podendo assumir três classificações: os transportes terrestres, os aquáticos e os aéreos. Dentro do filme *Perfume de Mulher*, os personagens fazem o uso do modal aéreo para deslocar-se até a cidade de Nova York. Tendo isso em vista, a definição de modal aéreo consiste no trânsito de indivíduos, mercadorias ou animais, através de aeronaves, utilizando-se o ar como meio de navegação. Essa modalidade de transporte é muito utilizada, uma vez que propicia uma locomoção mais veloz e permite que sejam percorridas longas distâncias.

Apesar de o transporte aéreo ter sido uma opção viável para Frank por seu conforto e agilidade, ainda é possível que se façam distinções acerca dos serviços de voo. Na produção cinematográfica, o personagem optou pela primeira classe, a mais alta categoria dos serviços de voo. Para além da primeira classe, existem outras



classes, tais como a classe executiva e a classe econômica. Enquanto a classe econômica é a mais básica, oferecendo apenas o necessário para a execução de uma viagem minimamente confortável, a classe executiva surge como um meio termo, proporcionando mais conforto e exclusividade, porém, sendo menos cara e luxuosa que a primeira.

A primeira classe possui características marcantes. Na obra, é possível observar algumas delas: assentos confortáveis, feitos com materiais de alta qualidade; local mais intimista e agradável, além de um dos aspectos mais importantes no que tange à diferenciação entre as classes de voo - o serviço de bordo. No longa, o serviço de bordo na aeronave é impecável, fornecendo a Frank e a Charlie uma experiência marcante. Na cena, a comissária de bordo faz presença, atendendo a todos os pedidos dos clientes de forma solícita e eficiente. Ademais, é notório que os itens disponibilizados pela companhia são de qualidade. Saindo das telas, um bom serviço de bordo é ponto chave para a boa avaliação de uma companhia aérea. De acordo com Fortes (2011):

Um passageiro ao adquirir uma passagem aérea, além da viagem que é o serviço principal em si, ele acaba adquirindo vários outros subprodutos que interferem no modo dele enxergar a empresa. Dentre eles podemos destacar os programas de milhagem que estão ficando muito comuns nas empresas aéreas, a disponibilidade de internet tanto no terminal de embarque como dentro do avião, um serviço de bordo diferenciado, um conforto maior na viagem comparativamente a outro modal. (...) são criadas expectativas dos serviços no setor (FORTES, 2011, p. 104).

Portanto, no filme *Perfume de Mulher*, fica clara a importância dos transportes turísticos para a execução da atividade turística, nesse contexto, mais especificamente do modal aéreo, que foi a forma de locomoção selecionada para que os personagens chegassem a seu atrativo. Destarte, no longa também foram trabalhados os aspectos que constituem o modal aéreo, dentre eles, as classes de voo e os serviços presentes em uma aeronave.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante das análises expostas, é possível compreender a inter-relação entre o turismo e o cinema, principalmente, no que tange à abordagem da atividade turística e seus conceitos dentro da perspectiva de um longa-metragem. Desse modo, ao se

pensar na construção de um diálogo entre esses dois campos, como já destacado, surgem duas vias possíveis: a do turismo cinematográfico, relacionada às viagens que têm como pano de fundo destinos propagados por obras do cinema, e a do ensino-aprendizagem, ligada ao uso de filmes e demais para gerar reflexões e conhecimentos sobre a área de turismo. Sendo esta última o alvo principal deste texto, ou seja, as análises apresentadas buscaram relacionar a teoria à prática do cinema, expondo de forma dinâmica conceitos estáticos do turismo.

Portanto, através da construção deste trabalho, foi possível realizar análises precisas sobre aspectos turísticos presentes no filme *Perfume de Mulher*. Por meio de reflexões e análises acerca das cenas presentes no longa, alinhadas com a pesquisa teórica, percorreu-se sobre um apanhado de informações que dizem respeito à atividade turística, sobretudo na área dos transportes turísticos, dos procedimentos da hotelaria, dos meios de hospedagem e das tipologias de turistas. Assim, a construção deste trabalho fomentou, através da relação entre turismo e cinema, o exercício de conceitos e técnicas observadas em campo teórico, uma vez que promoveu a capacidade de observação e articulação destes no desenvolvimento do texto.

Por fim, apesar das dificuldades apresentadas relacionadas ao referencial bibliográfico, citadas na parte introdutória deste trabalho, observa-se a contemplação dos objetivos propostos, ao trazer a correlação do filme com alguns dos diversos conceitos presentes no turismo. Desta maneira, é de suma importância a fomentação de estudos sobre a relação entre o turismo e o cinema, a fim de que este seja difundido como um importante objeto não só de aprendizagem, como também para análises sobre o turismo. Por conseguinte, haverá um leque vasto de referências sobre este tema, propiciando assim uma menor dificuldade ao pesquisar sobre turismo a partir de um dos maiores meios de entretenimento, o cinema.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lucio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel:** planejamento e projeto. 8. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005. Acesso em: 28 nov. 2022.

ASTORINO, Claudia Maria. Cinema e Turismo: filmes como subsídio para a discussão da atividade turística. *In: Revista Turismo em Análise - RTA*, São Paulo set/dez 2019, v. 30, n. 3, p. 539-561. Acesso em: 3 maio 2022.

CARVALHO, Ártemis Barreto de. **Teorias, técnicas e tecnologias para formação e atuação profissional do guia de turismo**. Recurso eletrônico / Ártemis Barreto de Carvalho. – Aracaju: Editora IFS, 2016. Capítulo 18, pág.: 125 a 128.

FORTES, João. Ainda há diferença no serviço de bordo entre empresas aéreas brasileiras? *In: Revista de Literatura dos Transportes*, vol. 5, n. 4. (2011).

Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/50223242\\_Ainda\\_ha\\_diferenca\\_no\\_servico\\_de\\_bordo\\_entre\\_empresas\\_aereas\\_brasileiras](https://www.researchgate.net/publication/50223242_Ainda_ha_diferenca_no_servico_de_bordo_entre_empresas_aereas_brasileiras). Acesso em: 08 nov. 2022.

NASCIMENTO, Flávio Martins e. **Cineturismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2009. Coleção ABC do Turismo.

PERAZZOLO, Olga Araujo; SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos; PEREIRA, Siloe. **Meios de Hospedagem no Contexto do Turismo**: Considerações sobre o Acolhimento e a Formação Profissional. Universidade de Caxias do Sul, 2010, Rio Grande do Sul. Disponível em:

[https://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario\\_de\\_pesquisa\\_semintur/anais/gt0819/arquivos/08/Meios%20de%20Hospedagem%20no%20Contexto%20do%20Turismo%20Consideracoes%20sobre%20o.pdf](https://www.ucs.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario_de_pesquisa_semintur/anais/gt0819/arquivos/08/Meios%20de%20Hospedagem%20no%20Contexto%20do%20Turismo%20Consideracoes%20sobre%20o.pdf). Acesso em: 03 nov. 2022.

PEREIRA, Gisele Silva. **Comportamento do consumidor no Turismo**: Tipologias e processo de tomada de decisão nas compras. Disponível em:

<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt6-comportamento.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2022.

PEREIRA, Paulo, PAULA, Alex, MARQUES, Arthur, ZARDO, Diego. **A história e a importância do transporte para o turismo**. (2010). Disponível em: [http://issbrasil.usp.br/artigos/e3\\_159.pdf](http://issbrasil.usp.br/artigos/e3_159.pdf). Acesso em: 03 nov. 2022.

PERFUME DE MULHER. Direção: Martin Brest. Produção de City Light Films. Estados Unidos: Universal Pictures, 1992, Streaming online.

PORTAL WALDORF ASTORIA HOTELS & RESORTS. **The Towers of the Waldorf Astoria, New York Hotel**. Disponível em: <https://www.waldorftowers.nyc/pt/hotel>. Acesso em: 28 nov. 2022.