

IMAGINAÇÕES GEOGRÁFICAS EM FILMES DE VIAGENS: DISCURSOS DE ALTERIDADE

Francisco de Assis do Nascimento Junior¹

*(Especialista em Docência Profissional e Tecnológica, SEEC/RN, 84 987111853,
francisco.ifrn.jr@hotmail.com)*

Francyjonison Custódio do Nascimento¹

(Doutor em Geografia, SEEC/RN, 84 988343207, jonisoncustodio@gmail.com)

RESUMO

A relação Geografia-Cinema é antiga e vem se renovando ao longo dos anos. Um outro elemento entra nessa relação. Trata-se das viagens, posto que o conhecimento geográfico foi construído através de viagens de descoberta. Desse modo, urge analisar as relações entre filmes, viagens e espaço, sobretudo atualmente quando os filmes de viagem ganham relevo nas plataformas de *streaming*, alterando imaginações geográficas sobre o mundo. Assim, o objetivo deste artigo é analisar os discursos geográficos presentes em *Toscana* (2022) e *Até a Próxima Vez* (2022), filmes de viagens da Netflix. Para tanto, realiza-se uma revisão bibliográfica sobre as viagens e as geografias filmicas bem como uma interpretação dos elementos filmicos. Conclui-se que as imaginações geográficas no filme são articuladas no o encontro/embate do viajante com o residente local, refletindo a alteridade de suas cosmovisões, de suas geografias e de seus modos de ser e estar no mundo.

PALAVRAS-CHAVE: Geografias filmicas; Turismo; Netflix.

GT3: Espaço, Cultura e Turismo

1 INTRODUÇÃO

O contexto atual, caracterizado pela convergência de mídias tem propiciado o surgimento e a propagação de plataformas de streaming que não só transmitem conteúdo midiático em qualquer lugar, desde que se disponha de um equipamento eletrônico com acesso à internet, mas, de igual maneira, passaram a produzir os próprios conteúdos de mídia. Tais conteúdos possuem uma variedade de linguagens, temas, formatos, estéticas, intencionalidades e orçamentos. Entretanto, atualmente, é comum a produção de obras cinematográficas. Como grande *player* da economia digital, pode-se citar a Netflix que produz um conteúdo personalizado e com opções que podem variar conforme o consumo, mas é inegável a presença de filmes de viagens, tais como *Toscana* (2022); *Amor & Gelato* (2022); *Até a próxima vez* (2022); *Uma combinação perfeita* (2022); *Amor em Verona* (2022); *Guia de Viagem para o Amor* (2023); *La Dolce Villa* (2025) – só para citar alguns. Nessas obras, o espaço filmico é composto necessariamente por mais de um país (no mínimo dois, o de origem e o de destino) e, consequência, os atores e produtores são dos países da locação, promovendo uma conexão entre eles. Isso revela uma estratégia de internacionalização que, diante da pungente globalização, a Netflix realiza ao distribuir seus produtos digitais internacionalmente.

Essa estratégia de economia digital faz com que os filmes de viagem emitam discursos, sempre enviesados, a respeito dos lugares de locação (lugares onde os filmes são gravados). Com efeito, pensando além das questões mercadológicas que os filmes e suas relações com lugares turísticos proporcionam, é preciso lembrar que as obras cinematográficas são

produtoras e comunicadores de imaginações geográficas e discursos espaciais (Name, 2013; Oliveira Junior, 2014). Assim, propor investigações geográficas sobre tais discursos também é uma tarefa do geógrafo, que procura compreender as relações com o espaço e os diversos modos de falar sobre ele, incluindo as obras cinematográficas (Costa, 2005; Claval, 2014). Outro ponto interessante é que, há muito tempo, se estabeleceu-se pesquisas a respeito da relação entre turismo, viagem e cinema (Croy, 2010; Connell, 2012; Beeton, 2016). Essas pesquisas investigam como os diversos tipos de turismo estão presentes nos filmes e até mesmo incentivam viagens aos lugares representados neles. Entre as diversas maneiras de promover este diálogo estão aquelas que analisam a imagem que as obras cinematográficas transmitem a respeito dos lugares de destino (Astorino, 2019). Assim sendo, os discursos sobre um determinado lugar turístico presentes em objetos audiovisuais podem ser analisados, propiciando uma associação direta com as geografias filmicas e seus estudos, delineando as chamadas imaginações geográficas (Daniels, 2011).

Ademais, optar por esse tipo de análise contempla a necessidade de compreender, por meio das obras cinematográficas, o movimento criativo na composição e na leitura do espaço geográfico (Ferraz, 2012; Hawkins, 2014; Noxolo, 2025). De fato, há tempos existe o desejo de uma geografia criativa que supere as barreiras interdisciplinares, vencendo todo tipo de insegurança crônica em relação a perder o *status* científico devido a um diálogo perene com as manifestações artísticas e com as mídias imagéticas (Meinig, 1983). Respondendo a este desejo, estão as chamadas geografias filmicas: áreas do conhecimento que são formadas de diálogos interdisciplinares ao entrelaçam, entre outras coisas, a dinâmica do espaço e do filme em um mesmo movimento epistêmico (Oliveira Junior, 2014).

Este artigo se insere nesse movimento ao propor a investigação dos discursos geográficos presentes nos filmes *Toscana* (2022) e *Até a próxima vez* (2022), da Netflix. Para isso, o artigo se vale da proposta teórico-metodológica de Costa (2005) para interpretar geograficamente os elementos filmicos. Dessa forma, se faz uma interpretação dos elementos, a saber: a locação, a estrutura narrativa e as paisagens filmicas, com o intuito de encontrar os discursos espaciais e as imaginações geográficas presentes no filme, notadamente aqueles que opõe turistas e moradores locais. Essa interpretação é acompanhada e fundamentada por uma revisão bibliográfica sobre as intersecções entre Geografia, filme e os estudos de mídia, focalizando as geografias filmicas.

2 GEOGRAFIA, VIAGENS E CINEMA

É interessante pensar como as viagens interferem na Geografia e, além disso, como elas são importantes, enquanto experiência geográfica, no processo de produção do conhecimento geográfico. Com efeito, as experiências espaciais são fundamentais na Geografia, que, ao longo dos séculos, teve seus conhecimentos construídos por meio de viagens de descoberta (Besse, 2014). De fato, pontua Silva (2021), principalmente depois de seu processo de sistematização como ciência moderna, a Geografia foi entendida como uma ciência viajante. Para justificar isso, o autor busca em Humboldt e Brunhes, como também em outros geógrafos, indícios de que o centro do fazer do geógrafo está em explorar, deambular e descobrir. A construção desta visão perpassa toda a história do pensamento geográfico: de Ptolomeu e Estrabão na Antiguidade, passando por Humboldt na Modernidade até geógrafos contemporâneos, sem foi presente a concepção de que os conhecimentos geográficos surgem do ato de percorrer o mundo e refletir sobre ele (Cosgrove, 2008). Há, de fato, só uma natureza geográfica da viagem, mas uma dimensão viajante da Geografia; viagem e Geografia se entrelaçam vividamente (Silva, 2021).

Assim, se o espaço geográfico e a viagem podem mobilizar o pensamento do geógrafo, é preciso pensar numa Geografia que se recuse a conceber o espaço como mero depósito de ações e localizações. É necessário, então, pensar numa ciência geográfica a partir das experiências de quem experiencia o mundo. Desse, são valorizados os sentimentos e os símbolos humanos bem como as memórias coletivas e/ou individuais que estão presentes nos relatos acerca da experiência humana sobre a Terra (Claval, 2014). Uma Geografia que conceba o viajar em toda a sua totalidade, uma Geografia que se envereda por um conhecimento holístico, vivido e empático do espaço e, assim, articule o deslocamento às sensibilidades do perambular, aos olhares capazes de registrar e narrar, aos diários de bordo, às impressões e às manifestações de sentimento topofílicos (Tuan, 2012).

Desse modo, a Geografia é intercruzada pela viagem e pelas narrativas; uma ciência que tem como princípio narrar a experiência humana sobre/com a Terra. Assim sendo, Geografia, viagem e narrativa se interpenetram na medida que as duas últimas têm também em si relacionadas a dimensão perceptiva dos lugares.

A relação entre espaço, viagem e narrativa, inclusive a imagética, não é nova. Mesmo antes da grande profusão contemporânea dos objetos imagéticos, é possível encontrá-la. A título de exemplificação, pode-se citar as viagens realizadas no século XVII quando os filhos das grandes famílias aristocráticas da Europa, com objetivos educacionais, realizavam o *Grand Tour*, várias viagens com o intuito de alargar a visão de mundo (Silva, 2021). Os relatos dessas viagens provocavam o anseio de viajar em outros membros da elite europeia. Refletindo mais acerca disso, é possível assinalar que esses relatos do mundo produziam geografias, já que todo aquele que inspecione o mundo é, de algum modo, um geógrafo (Relph, 1979). Ou seja, um ser que faz geografias, narrativas das experiências no mundo (Claval, 2014). Outrossim, as imagens vistas, as pintadas que representam paisagens e narradas de um indivíduo para o outro também colaboram efusivamente para a construção da relação entre viagem, imagem e aspecto espacial (Gastal, 2005).

Outro exemplo vívido dessa relação é o fato de que o cinema, assim como a ciência geográfica, nasceu dos anseios pela viagem, dos impulsos andantes. Não é coincidência, de fato, de que o *travelogue*, com a figura do viajante-explorador no centro da narrativa, foi um dos primeiros gêneros do cinema. Nele, com efeito, o movimento não estava somente na tela, mas se fazia presente também nas viagens que registram o mundo e seus povos (Silva, 2021). É preciso recordar ainda que, até hoje, as obras cinematográficas ainda registram e narram trajetos e viagens – sejam eles físicos e/ou do olhar (Marandola Jr, 2013). Ademais, desde os primórdios do cinema, explicam Bastos e Cheibub (2020), os lugares turísticos são retratados em filmes que são produzidos e distribuídos mundialmente. Essa dinâmica propicia que, assim como a viagem, a linguagem cinematográfica seja eivada de registros, de memória. Hodiernamente, as obras cinematográficas também têm sido responsáveis por promover viagens de ordens diversas (Astorino, 2019; Bastos; Cheibub, 2020). Para compreender melhor essa relação entre Geografia, viagem e filme, vale a pena se debruçar brevemente sobre ela com o auxílio das chamadas geografias filmicas (Oliveira Junior, 2014).

A ciência geográfica sempre buscou uma aproximação interessada nas narrativas e nos diversos modos de “contar histórias” nas mais diversas linguagens artísticas, sobretudo, no filme (Azevedo, 2007). Desse modo, a Geografia já discute a intersecção entre a dinâmica espacial e o cinema há tempos (Lukinbeal, 2005; Name, 2013; Oliveira Junior, 2014; Azevedo, 2015; Silva, 2021; Nascimento, 2022). Nesta intersecção, as obras cinematográficas são entendidas como objetos trespassados de saberes sociogeográficos, possibilitando a interpretação das relações com e no espaço (Costa, 2005; Name, 2013).

Para a realização de uma interpretação desses saberes de ordem geográfica presentes nos filmes, metodologias diversas foram construídas e readaptadas da teoria do cinema e/ou dos estudos da comunicação (Azevedo, 2015). Neste artigo, optou-se pelo uso da metodologia proposta por Maria Helena Costa (2005), a qual propõe uma análise dos elementos filmicos. Segundo a autora brasileira, compreender o papel desses elementos é fundamental no entendimento dos discursos geográficos presentes nos filmes. Entre os elementos filmicos pode-se citar a paisagem filmica, a estrutura narrativa e a locação. A paisagem filmica está relacionada ao que está presente nos fotogramas que o filme emite, com todas os seus detalhes, incluindo o som. Já a estrutura narrativa diz respeito ao que acontece no filme e sobre o que ele aborda. A locação, por sua vez, é um elemento de extrema importância, sobretudo para os geógrafos; ela, com efeito, é o “onde” dos filmes, são os locais em que os filmes são filmados. Esse elemento é fulcral na construção da interpretação filmica, pois há o entendimento de que os lugares não são neutros e emitem significados. Compreender este movimento, como dito, é vital para questionar o “como” e o “porquê” tais lugares são reapresentados nos filmes e como eles estão relacionados a certos discursos geográficos (Costa, 2005).

Outra questão pertinente a ser discutida está relacionada à locação e, igualmente, a ideia de viagem. Trata-se da concepção de trajeto presente nos filmes. Com efeito, a concepção de trajeto, de mobilidade é vital nos filmes – sobretudo nos de viagem. Realmente, tanto os trajetos percorridos como aqueles acessados pela memória dos/pelos personagens apresentam significados geográficos nos filmes (Marandola Jr, 2013). Num fluxo de andarilho, explica Marandola Jr (2013), os espaços ganham significações diversas e as mobilidades vão transformando estas significações. O espaço diegético – aquele exibido na tela – estrutura espacialmente o filme e a experiência de percurso nele, potencializando as maneiras de enxergar a mobilidade e suas compreensões (Cresswell, 2006). Além de mais, pode-se recorrer a uma ideia já estabelecida por Oliveira Junior (2010) para auxiliar na interpretação dos trajetos: percurso. Como sugere Oliveira Junior (2010), o percurso orienta a a narrativa dentro do universo imaginal do filme. Dessa forma, as falas e as imagens a respeito do percurso podem ser um ponto chave nas interpretações geográficas de obras cinematográficas, já que elas, de certo modo, anunciam uma versão do mundo que ali foi construída (Oliveira Junior, 2010). São, com efeito, imaginações geográficas, discursos geográficos.

Os filmes de viagens, ainda, são capazes de serem objetos do estudo de geógrafos ao proporcionarem uma imagem de lugares específicos (Bastos; Cheibub, 2020). Mesmo que seja uma imagem entre várias, os filmes conseguem anunciar uma imagem de um lugar por diversos motivos, seja a mera visualização de certos locais ou o fato de experienciar o intangível, como fascínio por um local e as sensações e as emoções que ele promove. Não à toa, os filmes, em suas narrativas sobre viagens, apontam quais lugares devem ser visitados e quais experiências devem ser vividas ao visitar os lugares presentes nas obras cinematográficas (Oliveira; Queiroz Filho, 2016). Com efeito, discursos filmicos modelam experiências de ordem turística e definem imagens turísticas (Gastal, 2005). De fato, a Geografia pode e deve se debruçar pelos estudos dos significados socioespaciais que os filmes de viagem podem propiciar. Vamos aos nossos casos.

3 VIAGEM E ALTERIDADE: INTERPRETANDO DISCURSOS GEOGRÁFICOS

A Netflix, plataforma de *streaming*, tem produzido nos últimos anos filmes com temáticas de viagens – ainda que as narrativas sejam diversas. Esse movimento faz parte de sua estratégia de internacionalização. As produções são feitas em parceria entre autores, atores e produtores de países diferentes que, de alguma maneira, estão relacionados com os trajetos das viagens retratados nos filmes, seja como o lugar de origem ou como o de destino. Tanto Toscana

como Até a próxima vez se encaixam nesse formato de negócio do capitalismo digital, próprio das plataformas de *streaming*.

3.1 TOSCANA

O filme *Toscana* (2022), dirigido por Mehdi Avaz e produzido pela Netflix, narra a história de um chefe de cozinha dinamarquês chamado Theo Dahl (Anders Mathessen). Ele viaja para a Itália para vender o negócio de seu pai, um restaurante num castelo cravado na região da Toscana, a fim de utilizar o dinheiro para investir no seu próprio negócio gastronômico na Dinamarca. Quando chega à Toscana, porém, ele acaba se envolvendo com os moradores locais, incluindo Sophia (Cristiana Dell'Anna), por quem se apaixona, e também com a própria Toscana, onde ele faz experiências gastronômicas e paisagísticas que irão modificar seu modo de ver a própria vida e toda a existência.

Neste ponto, já se vislumbra um dos efeitos das viagens. Ainda que vividas individualmente, as viagens nunca são totalmente solitárias. A amizade bem como o amor romântico com/por pessoas – e lugares! – do outro país sempre surgem. É como se a narrativa imputasse a possibilidade de se relacionar com tudo no outro país. O país de destino é um mar de possibilidades para o viajante, também do ponto de vista emocional. No caso de *Toscana* (2022), o mesmo acontece. Theo é convidado, mesmo que a contragosto no início, a se relacionar com o castelo e sua circunvizinhança na região da Toscana. A ideia era conhecer melhor o negócio para depois vendê-lo, mas toda a ambiência da Toscana conquista o coração do Theo.

Com efeito, viajar solicita uma abertura passiva e generosa a emoções que advêm do lugar (Onfray, 2009). O amor está sempre à espreita para tornar a paisagem ainda mais bela e o lugares, fascinantes. Assim, a viagem é sempre uma experiência geográfica-emocional, seja de modo positivo ou negativo. De certo modo, a viagem é sempre topofílica (Tuan, 2012). No caso de *Toscana* (2022), o personagem principal, Theo, é tomado por memórias do passado na região italiana que surgiram durante a viagem. Elas variam entre a lembrança negativa da memória do pai e as experiências positivas da infância idílica nas paisagens bucólicas da Toscana. O gatilho para essas últimas é o encontro com Sophia, a quem Theo descobre ser um amor de infância. O repertório mnemônico, então, é evocado; o passado interfere no presente e, portanto, nas experiências espaciais do personagem. De fato, a viagem, ainda, tem um duplo aspecto sempre presente: memória e imaginação. É aquilo que Silva (2020) chama de repertório mnemônico-imaginário. Na viagem, de fato, ambos estão presentes. O ato de viajar promove, reafirma e/ou desmorona imaginários sobre um determinado lugar. Do mesmo modo, ele pode invocar lembranças de um passado distante ou não tão distante assim. O fato é que viajar não é um mero deslocamento de lugares. É, verdadeiramente, um evento prismático, essencialmente multifacetado que proporciona experiências diversas, de acordo com a sensibilidade do viajante e a fisiografia do lugar – que quase sempre estão em simbiose.

Além disso, a viagem é sempre um encontro daquele que viaja com os moradores locais. É muito comum, aliás, a existência de material fílmico que frisa o encontro do viajante com o residente (Astorino, 2019). Tal encontro, de fato, evidencia o embate ou a convergência entre mundos diferentes, entre distintas maneiras de olhar e compreender o mundo. O filme não é o registro de um único olhar, mas é construído sempre na multiplicidade, nas variedades de discursos e imaginações (Oliveira Junior, 2014).

No filme aqui interpretado, essa dimensão de encontro de cosmovisões fica patente nos encontros entre Theo e Sophia. O homem ranzinza e intelectualmente sofisticado e uma mulher, a princípio, má educada e passional; o homem de negócio e a mulher apaixonada pelo trabalho;

o homem que mira o futuro e a mulher ligada ao passado, preocupada com o legado cultural. Para além da discussão sobre gênero, a narrativa trata de acentuar as diferenças entre os personagens pela via da espacialidade. Elas são visíveis e os lugares de origem são marcadores dessas diferenças. Com efeito, os personagens carregam discursos geográficos: o “frio” dinamarquês e a italiana que se deixa levar pela emoção. Os estereótipos são utilizados no filme sem moderação. O fato de os atores representarem personagens de suas respectivas nacionalidades só reforça o discurso. As nacionalidades também são um recurso para mobilizar o discurso do filme e, muitas vezes, justificar as posturas dos personagens. Os espaços e os países, de fato, não são neutros e implicam em escolhas, em ações que conduzem a narrativa.

Diante disso, não raras vezes, Sophia indaga a Theo sobre a sua indiferença a respeito do castelo, do restaurante, das pessoas que trabalham e moram na propriedade. A noção de que o castelo não é só o ganha-pão de muitos, mas, literalmente, a casa das pessoas é sempre colocada em discussão por Sophia. O apelo emotivo – ou melhor, topofílico – ganha força em suas falas. Do mesmo modo indagativo e sob outra perspectiva da realidade, Theo questiona o porquê de ficar preso a um estabelecimento que dá prejuízo, cravado no mundo rural e desprovido de tudo o que é moderno. O confronto de cosmovisões é o mote para o contato dos personagens, que, durante a narrativa, será estreitado e se transformará mais uma vez, como na infância de ambos, em amor. No fim da narrativa, saberemos que Theo se rende ao amor pelo lugar que mobiliza Sophia a confrontá-lo. As experiências paisagísticas, gastronômicas e amorosas converterão o frio dinamarquês num morador da Toscana, que cozinha a céu aberto e acolhe todos de maneira amistosa. E isso só foi possível devido a essa dinâmica de encontro entre viajante e morador local propiciado pela viagem. A já citada interseção

3.2 ATÉ A PRÓXIMA VEZ

Em *Até a próxima vez*, filme dirigido e produzido por Bruno Ascenzo, narra a história de Salvador Campodónico (Maxi Iglesias), um jovem que, saindo da Espanha, vai fazer um negócio turístico em Cusco, no Peru. Durante a viagem, juntamente com a artista Ariana (Stephanie Cayo), o jovem experencia lugares e paisagens, evidenciando o olhar turístico sobre as experiências espaciais de Cusco e de todo o Peru. No início da narrativa, exibe-se cenas de uma festa no hostel vizinho a casa em que Salvador está hospedado; são essas cenas que folclorizam os peruanos. Durante uma festa, os moradores locais são retratados como excursionistas performáticos, piro-acrobatas, pessoas afeitas a crendices e superstições bem como bailarinos risonhos e/ou sensuais, sempre numa perspectiva do exótico, do excêntrico. Ariana, uma das protagonistas, a título de exemplificação, é apresentada nessas primeiras como uma latino-americana agressiva e erótica – muito mais erótica do que agressiva, na verdade.

Desse modo, a ideia de “latino-americanidade”, a princípio, é representada corpo dançante e sensual, no colorido alegre da decoração, na música contagiante, no caleidoscópio de prazer que as festas proporcionam. Essa generalização a respeito do latino-americano é uma imaginação geográfica, um discurso espacial veiculado pela obra cinematográfica, que mostra os habitantes do Peru como mais um motivo para viajar para o país. Com efeito, os estereótipos e o lugar-comum são presentes nas mais diversas representações do ato de viajar e do encontro estrangeiro-nativo (Onfray, 2009).

Realmente, os filmes criam e veiculam imagens estereotipadas com o propósito de categorizar e controlar representações do mundo. Essas representações, pensadas como aparatos narrativos, não são neutras e apolíticas. Pelo contrário, elas têm suas dinâmicas próprias que auxiliam na constituição de identidades e alteridades para sujeitos e espaços. Com efeito, como pontua Said (2007), as representações de generalidade tendem a ganhar foros de

verdade. Esses foros de verdade, sistematizadores de identidades, buscam, no discurso filmico, produzir imagens que propiciem a construção de experiências positivas, a fim de promover o destino turístico. Entretanto, como já comentado, acaba por estabelecer discursos generalizantes da América Latina e, mais especificamente, do Peru.

Ademais, o encontro estrangeiro-nativo é personificado na narrativa filmica no casal Salvador e Ariana. A alteridade é logo construída: ele é europeu, racional, calculista e capitalista; ela, latino-americana, emocional, impulsiva e desapegada às condições materiais. Assim, no filme, o encontro estrangeiro-nativo é, na verdade, uma espécie de confronto. Trata-se de um enfrentamento de ideias. O discurso filmico revela que o pensamento europeu rivaliza com outras formas de viver, que há um embate contra as experiências de mundo distintas da modernidade eurocêntrica (Escobar, 2014).

Aliás, até o fato de Ariana se tornar a guia de Salvador no Peru, por mais contraditório que seja, revela a representação negativa dela. A personagem é apresentada como alguém próxima da natureza, quase uma selvagem, incivilizada. O fato dela saber os caminhos incas, conhecer trilhas, lagoas e cachoeiras é a prova de que é demasiadamente “natureza”: intempestiva, violenta (Figura 1).

Figura 1 – Ariana guiando Salvador



Fonte: Ascenzo (2022)

Assim, na figura de Ariana, mesmo sendo também um romance e não apenas aventura, o filme revela discursos de dominação, apresentando o habitante local da América Latina ora como feliz, puro, receptivo, ora como um selvagem, histérico, caótico e completamente fora de controle (Said, 2007). Ainda que Ariana seja apresentada com todos esses adjetivos, há um teor de romantismo. Ela e Salvador desenvolvem uma história amorosa, elucidando que a relação entre viajante e morador local pode ser romântica e que os discursos estereotipados da narrativa não negam a possibilidade de um vínculo afetivo, de um desejo por aquele que o discurso apresenta como selvagem ou incivilizado (Said, 1995).

Além de tudo isso, Ariana e o seu ser artístico e nômade revela um discurso pertinente para a discussão aqui proposta. O vaguear, o deambular é tido como expressão da vagabundagem, como o próprio nome permite pensar. Assim, outra forma de existir, o nomadismo é perspectivado negativamente, como é comum em tantas representações (Onfray,

2009). Trata-se, a princípio, de mais deslegitimar qualquer cultura que não é eurocêntrica e de perpetuar imaginações a respeito da mobilidade (Cresswell, 2006).

5. CONCLUSÕES

Nas últimas décadas, na busca de uma ciência geográfica cada vez mais interdisciplinar e em um retorno às geografias criativas, o papel geógrafo se espalhou e interpretar objetos da cultura audiovisual, que estão eivados de saberes e discursos geográficos, fazem parte do seu escopo epistêmico. Assim, com a profusão de imagens filmicas relacionadas ao turismo em *streamings* diversos, esse dever se impõe, sobretudo devido a ligação viagem, filme e espaço. Assim, desvelar os discursos geográficos e os jogos de poder de caráter espacial enviesados nessas imagens urge. O geógrafo não pode se furtar dessas investigações. Este artigo apenas responde a este dever. Este movimento, então, descortina possibilidades de compreensão da realidade geográfica.

Neste artigo, constatou-se que a viagem é sempre uma experiência geográfica-emocional. Ao veicular imagens recheadas de experiências topofílicas, os filmes provocam o desejo pela viagem – seja a Itália ou ao Peru. Isso revela a natureza geográfica da viagem e, por consequência, dos filmes de viagens. Além disso, a representação dos moradores locais também é utilizada para propiciar um maior interesse pelo lugar de destino, já que eles seriam também, de certo modo, uma atração, mais um motivo para a viagem.

Para além da dimensão viajante da Geografia, comentada no artigo, a dimensão geográfica da viagem é perceptível nos vários discursos geográficos encontrados no filme. Os discursos espaciais, em sua maioria, são gestados no encontro do viajante com o residente, algo muito comum no material filmico, incluindo uma representação de identidade sob um prisma do exótico, do pitoresco. As distinções entre os personagens dos filmes – Theo e Sophia; Salvador e Ariana – evidenciam isso. Aliás, devido a essa constância nos filmes de viagem, investigar esses encontros e propor metodologias para isso se evidencia como um movimento pertinente nas geografias filmicas.

Por fim, é importante evidenciar que, como parte da expressão dos discursos geográficos emitidos pelo capitalismo digital, os filmes de viagem da plataforma de *streaming* não podem ser negligenciados pela Geografia. Estes debates, já iniciados no século passado, podem e devem ser remanejados na ciência geográfica e perspectivados pelo olhar acurado do cientista espacial, do geógrafo, via interpretação geográfica.

REFERÊNCIAS

- ASTORINO, C. M.. Cinema e Turismo: filmes como subsídios para a discussão da atividade turística. **Revista Turismo em Análise**, v. 30, n. 3, p. 539-561, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/172149/162364>
- AZEVEDO, A. F.. Políticas de pós-memória e paisagem cinematográfica como categoria epistêmica. Um lugar rugoso da experiência. In: AZEVEDO, Ana Francisca; OLIVEIRA JUNIOR; We.; RAMÍREZ, R. C.. **Intervalo entre Geografias e Cinemas**. Braga: Editora da UMDGEO, 2015. p. 81-96.
-

BASTOS, D. ; CHEIBUB, B. L. . Investigación sobre la relación entre turismo y cine: temas y metodologías. *Gran Tour: Revista de investigaciones turísticas*, v. 22, p. 97-112, 2020. Disponível em <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/176/75>

BEETON, S.. **Film-Induced Tourism**. Clevedon: Channel View Publications, 2016.

BESSE, J.. **Ver a Terra**: seis ensaios sobre a paisagem e a Geografia. São Paulo: Perspectiva, 2014.

CONNELL, J.. Film tourism – evolution, progress and prospects. **Tourism Management**, v. 33, n. 5, p.1007–1029, 2012. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517712000404>

COSTA, M. H. B. V.. Geografia Cultural e Cinema: Práticas, Teorias e Métodos. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. (Org.). **Geografia**: temas sobre Cultura e Espaço. Rio de Janeiro: EDUERJ, p. 43-78, 2005

CRESSWELL, T.. **On the move**: mobility in the modern western world. New York: Routledge, 2006.

CROY, W. G.. Planning for Film Tourism: Active Destination Image Management. **Tourism and Hospitality Planning & Development**, v. 7, n. 1, 21–30, 2010. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14790530903522598>

DANIELS, S.. Geographical imagination. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 36, n. 2, p. 182-187, 2011. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23020810>

ESCOBAR, A.. **Sentipensar con la tierra**: nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Medellín: Ediciones UNAULA, 2014.

GASTAL, S.. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

HAWKINS, H.. **For Creative Geographies**: Geography, Visual Arts and the Making of Worlds, New York: Routledge, 2013.

LUKINBEAL, C.. Cinematic landscapes. **Journal of Cultural Geography**, v. 23, n.1, Winter, p. 3-22, 2005. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08873630509478229>

MARANDOLA JR, E.. Trilhas de acesso a Lisboa: poesia, música, imagem e som em O céu de Lisboa (Lisbon Story), de Wim Wenders. In: CAZETTA, Valéria; OLIVEIRA JUNIOR, Wenceslao (Org.). **Grafias do espaço**: imagens da educação geográfica contemporânea. Campinas: Alínea, 2013. p. 143-165.

MEINIG, D. W. Geography as an art. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 8, n. 3, p. 314-328, 1983. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/622047>

NASCIMENTO, F. C.. Vendo a terra como recurso: cinema, imaginários e discursos espaciais. **Revista Terceiro Incluído**, v. 12, p. 111-122, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/teri/article/view/72540>

NOXOLO, P. Geographies of creativity/creative geographies. **Transactions of the Institute of British Geographers**, p. 1 – 5, 2025. Disponível: <https://rgs-ibg.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/tran.70008>

OLIVEIRA JUNIOR, W.. _____. Lugares Geográficos e(m) locais narrativos: um modo de se aproximar das Geografias de Cinema. IN: MARANDOLA JR., E.; HOLZER, W.; OLIVEIRA, L. (Orgs.). **Qual o Espaço do Lugar?** Geografia, Epistemologia, Fenomenologia. São Paulo: Perspectiva, 2014. p. 119-154.

ONFRAY, M.. **Teoria da viagem**: poética da geografia. Porto Alegre: L&PM, 2009.

SAID, E. W.. **Cultura e imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SAID, E. W.. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SILVA, V. C. P. Geografia serve, antes de tudo o mais, para fazer a viagem: real e imaginária. **Geografia, literatura e arte**, v. 2 n. 2, p. 146-172, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geoliterart/article/view/169348/164413>

SILVA, R. E. A Geografia e a imagem: a pintura e o cinema na construção de uma ciência viajante. **Revista Sapiência: Sociedade, Saberes e Práticas Educacionais**, v. 10, n.3, p. 1-12, 2021. Disponível em: <https://revista.ueg.br/index.php/sapiencia/article/view/1243>

TUAN, Y.. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 2012.
