PAISAGENS FÍLMICAS, DISCURSOS ESPACIAIS E VIAGEM: GEOGRAFIA E TURISMO EM "ATÉ A PRÓXIMA VEZ"

CINEMATIC LANDSCAPES, SPATIAL DISCOURSES AND TRAVEL: GEOGRAPHY AND TOURISM IN "BACKPACKERS"

PAISAJES FÍLMICOS, DISCURSOS ESPACIALES Y VIAJE: GEOGRAFÍA Y TURISMO EN "HASTA QUE NOS VOLVAMOS A NOS ENCONTRAR"

Francyjonison Custodio do Nascimento
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
jonisoncustodio@hotmail.com

Destaques

- Os discursos geográficos em filmes revelam a relação entre a Geografia e o Cinema, oferecendo uma oportunidade de reflexão geográfica, revelando maneiras de ver o mundo e rompendo a dicotomia material-simbólico.
- A produção de imagens dos filmes tem potencial para demonstrar um olhar turístico sobre experiências espaciais, alavancando a atividade turística de um lugar.
- O filme "Até a próxima vez" exibe discursos que estereotipam os sujeitos e os espaços do Peru, por meio de uma relação de dominação econômico-político-simbólica da perspectiva eurocêntrica.
- Os geógrafos podem auxiliar nas leituras dos filmes, promovendo discussões com bases sólidas para interpretações e movimentos de diálogo com outras ciências.

RESUMO

A relação Geografia-Cinema é antiga e tem diversos modos de se construir. Entre eles, está a interpretação de discursos geográficos em filmes. De fato, investigar os imaginários e discursos sobre os espaços tem sido uma tarefa dos geógrafos. De igual modo, as viagens também são preocupação geográfica. Os filmes de viagem, então, são uma oportunidade de reflexão geográfica, posto que revelam maneiras de ver o mundo e rompem a dicotomia material-simbólico. Diante disso, o artigo objetiva interpretar os

discursos geográficos presentes no filme “Até a próxima vez” (2022), gravado no Peru. Para isso, além de uma revisão bibliográfica sobre as relações entre Geografia, Turismo e Cinema, o artigo usa a análise dos elementos fílmicos de Maria Helena Costa (2013), interpretando a intertextualidade, a locação, estrutura narrativa e a paisagem fílmica. Conclui-se que os discursos geográficos apresentam o Peru a partir de estereótipos e com um olhar turístico e eurocêntrico.

Palavras–chave: Geografia. Cinema. Paisagem. Discursos espaciais. Peru.

ABSTRACT

The relationship Geography-Cinema is old and has different ways of building. Among them is the interpretation of geographic discourses in films. In fact, investigating imaginaries and discourses about spaces has been a task for geographers. Similarly, the travels are also a geographic concern. Travel films, then, are an opportunity for geographical reflection, because they reveal ways of seeing the world and break the material-symbolic dichotomy. In view of this, the article aims to interpret the geographic discourses present in the film Backpackers (2022), recorded in Peru. For this, in addition to a bibliographic review on the relationships between Geography, Tourism and Cinema, the article uses the Maria Helena Costa’s analysis of filmic elements, interpreting intertextuality, location, narrative structure and filmic landscape. It is concluded that the geographic discourses present Peru based on stereotypes and with a touristic and Eurocentric perspective.

Keywords: Geography. Cinema. Landscape. Spatial discourses. Peru.

RESUMEN

La relación Geografía-Cine es antigua y tiene diferentes formas de construirse. Entre esas formas se encuentra la interpretación de los discursos geográficos en las películas. De hecho, investigar imaginarios y discursos sobre los espacios ha sido tarea de los geógrafos. Del mismo modo, viajar es también una preocupación geográfica. Las películas de viajes, entonces, son una oportunidad para la reflexión geográfica, ya que revelan formas de ver el mundo y rompen la dicotomía material-simbólica. Ante ello, el artículo tiene como objetivo interpretar los discursos geográficos presentes en la película Hasta que volvamos a nos encontrar (2022), grabada en Perú. Para eso, además de una revisión bibliográfica sobre las relaciones entre Geografía, Turismo y Cine, el artículo utiliza el análisis de elementos fílmicos de Maria Helena Costa, interpretando la intertextualidad, la ubicación, la estructura narrativa y el paisaje fílmico. Se concluye que los discursos geográficos presentan al Perú a partir de estereotipos y con una perspectiva turística y eurocéntrica.

Palabras claves: Geografía. Cine. Paisaje. Discursos espaciales. Peru.

INTRODUÇÃO

A forma como imaginamos e reimaginamos o espaço tem seus efeitos nas maneiras de como vivenciamos o próprio espaço (SILVA; QUEIROZ FILHO, 2016). Nenhuma delas podem ser aviltadas no fazer geográfico, posto que alteramos o mundo de acordo com aquilo que achamos – imaginamos, racionalizamos, sentimos – que o mundo é. Isto é, as práticas espaciais estão intimamente ligadas ao modo de imaginarmos o espaço geográfico (HARVEY, 2006). Daí a pertinência de se aventurar em conteúdos imagéticos que constroem nossas maneiras de ver o mundo, tais como as séries e os filmes. Com efeito, os fenômenos e objetos culturais têm despertado interesses diversos na Geografia há tempos, como aponta Azevedo (2007). Isso tem provocado novas maneiras de interpretar tais fenômenos e muitas outras inquietações de pesquisa na ciência geográfica e nas ciências que refletem sobre o espaço.

Ademais, é pertinente recordar que a compreensão dicotômica que promove a separação entre o simbólico e o material é fruto de um processo histórico e possui como intenção primeira instaurar controle e dominação (MITCHELL, 1995). Assim, para uma melhor compreensão dos objetos e fenômenos culturais, é preciso levar em consideração um viés geográfico que pense essas duas instâncias juntas, de maneira concomitante. Ainda que se detenha sobre uma dimensão que interprete o material imagético e/ou simbólico, não se pode desconsiderar a unidade entre o simbólico e o material, entre um lugar e a imagem que se constrói sobre ele. Com efeito, estudar os mais diversos imaginários sobre um determinado lugar é de grande valia para a Geografia (DANIELS, 2011).

De fato, há décadas, os filmes são interpretados sob uma perspectiva geográfica por causa da sua capacidade de revelar práticas e discursos espaciais (AZEVEDO, 2007). Esta capacidade propiciou o surgimento das chamadas geografias fílmicas, numa abordagem que, por meio do espaço fílmico, favorece discussões a respeito do mundo extra-filme (OLIVEIRA JUNIOR, 2014). Além disso, os estudos que relacionam a Geografia, as geografias e o cinema possibilitam o enveredar-se por diferentes fontes de experiência que permitem explorar os modos de perceber o mundo

bem como diluir as abstratas teorizações de espaço enquanto entidade meramente objetiva (AZEVEDO, 2007).

Assim, não à toa, dentro das geografias fílmicas, os filmes não estão mais submetidos ao paradigma em que são perspectivados apenas como cópias da realidade, como enunciados de um acontecimento distante no tempo-espaço e, sim, como o próprio acontecimento, um acontecer capaz de produzir conhecimentos e sentidos geográficos (FERRAZ, 2012). Agora, com efeito, há o pensamento de que as produções cinematográficas, enquanto acontecimento, modelam e remodelam discursos e imaginações de ordem geográfica (CRESSWELL; DIXON, 2002; NAME, 2013).

Desse modo, as mais diversas mídias imagéticas e audiovisuais são compreendidas como potentes canais para o estudo daquilo que se quer dizer e apresentar do mundo. Isto é, são narrativas da experiência humana na Terra. Afinal, elas interferem direta e/ou indiretamente nas práticas humanas sobre os lugares e pessoas (SILVA; QUEIROZ FILHO, 2016). As práticas espaciais, de fato, são eivadas do imaginário humano, posto que este último não é uma simples fuga da realidade ou um mero devaneio, mas uma forma de reflexão, uma maneira de pensar a própria realidade (HARVEY, 2006; CLAVAL, 2012).

Partindo desses pressupostos, este artigo, então, enseja diagnosticar e questionar os discursos espaciais construídos no filme "Até a próxima vez" (2022). Dirigida e produzida por Bruno Ascenzo, essa obra cinematográfica pode ser considerada como parte do conjunto de filmes de viagens, posto que narra a história de Salvador Campodónico (Maxi Iglesias), um jovem que sai da Espanha para fazer um acordo de compra na América Latina – mais precisamente em Cusco, no Peru. Durante essa viagem, juntamente com a artista Ariana (Stephanie Cayo), o jovem experiencia vários lugares e várias paisagens, demonstrando o olhar turístico sobre as experiências espaciais do lugar. Tal olhar está eivado de discursos em relação ao país e sobre a América Latina de forma geral bem como reapresenta a maneira como esses discursos são gestados e perspectivados a partir do olhar do turista europeu.

Para apreender e questionar esses discursos, será utilizada a análise dos elementos fílmicos de Costa (2013). Além disso, também será construído um levantamento bibliográfico a respeito da relação Geografia e cinema, enfatizando os filmes de viagens bem como as imagens e os imaginários relacionados a eles.

GEOGRAFIA, TURISMO E FILMES: DESLOCAMENTOS E DISCURSOS

A tese de que os filmes podem ser úteis na compreensão do espaço geográfico existe há anos. Ao longo do tempo, é claro, essa tese vem se modificando, posto que as compreensões sobre o filme também se modificaram ao longo dos últimos anos (AZEVEDO, 2007). O fato é que o cinema, ainda que pese as suas mais variadas concepções, é uma linguagem que reflete e propicia refletir sobre o espaço e suas singularidades (GARDIES, 1993).

A partir disso, formou-se o que se chama de geografias fílmicas (OLIVEIRA JUNIOR, 2014). Trata-se, efetivamente, de um subcampo do conhecimento geográfico que busca investigar os saberes espaciais presentes em obras cinematográficas. Mais do que isso, investiga-se como os filmes podem ajudar na compreensão do espaço e vice-versa. Assim sendo, inúmeros são os autores e as abordagens teórico-metodológicas das geografias fílmicas. O ponto consensual desse subcampo é a pertinência e a importância das obras cinematográficas no fazer geográfico, posto que são responsáveis por uma produção e concepção visual da realidade, que moldam vivências, entendimentos e percepções do espaço (COSTA, 2014).

No diálogo entre filme, as suas geografias e a Geografia, então, o primeiro é compreendido como um objeto trespassado de saberes geográficos, o que propicia o entendimento das relações com e no espaço. Assim, as obras cinematográficas estão eivadas de discursos e imaginações geográficas e investigar tais discursos é uma abordagem metodológica potente (NAME, 2013). Realmente, os discursos espaciais, essas políticas-visuais como sugerem Silva e Queiroz Filho (2016), podem contribuir ao apresentarem ricas possibilidades criativas para se compreender o espaço geográfico e as formas de nele se viver e dele se falar (COSTA, 2013; NAME, 2013). O filme, de fato, é responsável por criar uma imagem do mundo, uma cosmovisão (CASTRO, 2015). Assim sendo, o filme, enquanto um mundo que ali é instaurado, expressa o mundo através das paisagens fílmicas.

Em outras palavras, se enveredar pelas interpretações geográficas de filmes propicia uma compreensão a respeito dos modos de se (re)construir nosso olhar e nossa ação diante da realidade, descobrindo, pois, as imagens e imaginações geográficas que

um filme veicula. Os filmes, de fato, são como textos geográficos que (re)ordenam imaginações espaciais (NASCIMENTO, 2022).

No que se refere aos filmes de viagens, Bastos e Cheibub (2020) chamam atenção para a possibilidade de tais obras serem fenômenos estudados pelos geógrafos, posto que oportunizam imagens de lugares específicos, seja devido a condição de visualizar certos locais ou até mesmo de experenciar realidades intangíveis desses mesmos locais, tais como o fascínio, as sensações, as emoções, entre outras. Com efeito, pontua Gastal (2005), independentemente dos locais, sempre haverá a presença de imagens e imaginários que despertem o desejo, a ânsia de estar em determinados lugares, de vaguear – assim como podem provocar repulsa ou aversão por um determinado lugar. O fato é que, na concepção de Gastal (2005), tais imagens são utilizadas para promover as viagens. Assim, os filmes de viagens trazem consigo imagens que ensejam comunicar determinadas visões de mundo, certos olhares sobre um país, cidade ou região (ASTORINO, 2019). São, de fato, imaginações geográficas, discursos geográficos.

Assim sendo, atreladas a códigos e convenções fílmicas bem como a uma certa estética visual, muitas imagens fílmicas – e aqui coloca-se em destaque as imagens sobre o turismo/ato de viajar – propõem em seus efeitos uma realidade ficcional que indica, em suas narrativas, quais lugares devem ser conhecidos e quais experiências são vividas ao visitar determinados lugares reapresentados no filme (SILVA; QUEIROZ FILHO, 2016). Com efeito, discursos fílmicos modelam experiências turísticas, definem imagens turísticas (GASTAL, 2005).

Efetivamente, as obras cinematográficas estão totalmente relacionadas com as viagens e com a Geografia. A linguagem cinematográfica, assim como a ciência geográfica, surgiu dos anseios viajantes, dos impulsos viandantes. Aliás, o chamado *travelogue* tinha, na figura do viajante-explorador, uma forte centralidade e, mais do que isso, foi considerado um dos primeiros gêneros cinematográficos. Desse modo, o movimento, o anseio viajante, não estaria apenas na tela que reproduz os filmes, mas, de igual modo, nas viagens que proporcionavam registrar o mundo e seus povos – por vezes, tidos como exóticos na época (SILVA, 2021). Essa relação não se esgota por aí. O cinema ainda mescla e narra trajetos e viagens – sejam movimentos físicos ou "apenas" do olhar (NASCIMENTO, 2022). Assim, ele seria uma "[...] espécie de repositório de outras

viagens, tessituras imaginativas sobre um ‘outro’, ou, ainda, uma coleção de imagens e narrativas.” (CORSEUIL, 2016, p. 54).

Assim, se desenha uma ligação forte entre filmes, viagens e Geografia. De fato, a ciência geográfica é convocada a se enveredar pelos estudos dos significados e discursos de teor geográfico que os filmes de viagem proporcionam. Essas extensões imagéticas, cada vez mais potentes devido ao avanço da tecnologia e da difusão do imaginário (RAHDE, 2008), nos dizem muito sobre como os discursos são construídos, ressignificados e remanejados nas obras cinematográficas, a fim de alavancar a atividade turística. Assim, a profusão de imagens e imaginários sobre o ato de viajar corresponde, igualmente, a uma profusão de discursos espaciais. E estes, no contextual atual da ciência geográfica, são considerados importantes no fazer geográfico; chegando ao ponto, inclusive, dos discursos espaciais serem o “objeto” de análise da Geografia, já que eles auxiliam a pensar na relação homem-mundo (ALMEIDA, 2017).

Com efeito, para uma interpretação desses discursos espaciais presentes nos filmes, incluindo os de viagens, inúmeras metodologias foram construídas e readaptadas da teoria do cinema e/ou dos estudos da comunicação, erigindo uma geografia fílmica que dialoga com os campos da Geografia e do Cinema (AZEVEDO, 2007; NAME, 2013; OLIVEIRA JUNIOR, 2014). Neste artigo, faremos uso da metodologia pensada por Costa (2013), que propõe uma análise dos elementos fílmicos, articulando os elementos da paisagem fílmica, da locação do filme, dos códigos e convenções fílmicas bem como da estrutura narrativa com os referenciais presentes no levantamento bibliográfico. Tomaremos, ainda, colaborações metodológicas de Oliveira Junior (2014), para quem não é possível pensar na dicotomia realidade-filme e, sim, perspectivar os filmes como construtores de discursos a respeito do espaço. O geógrafo brasileiro também pontua que, para uma metodologia coerente de interpretação geográfica de filmes, não é necessário tomar todo o filme, mas trechos nos quais se é possível apontar um traço de dimensão geográfica, seja a partir de um detalhe, de um movimento da câmera ou de um personagem, de uma paisagem fílmica ou de um diálogo. Tal apontamento, além de permitir uma abordagem rizomática – que pode surgir em vários pontos do filme –, confere ao mesmo filme um estatuto próprio e não o submete a uma compreensão mimética da realidade. Feitas essas observações, vamos a nossa interpretação.

INTERPRETANDO OS DISCURSOS ESPACIAIS DE "ATÉ A PRÓXIMA VEZ"

Antes de iniciar a interpretação geográfica do filme, é preciso frisar que a Netflix, plataforma na qual o filme foi lançado e produzido, trabalha, nos últimos anos, com filmes de viagens. Isso faz parte de uma estratégia de internacionalização da empresa, que intenta distribuir seus produtos digitais, sobretudo filmes e séries, internacionalmente. Como parte desse processo, a plataforma de *streaming* utiliza filmes de viagens com a sua locação ocorrendo em mais de um país, ou seja, o país de destino da viagem e o país de origem do viajante da narrativa.

Do mesmo modo, os atores e parte da equipe de produção também são de ambos os países. Esta estratégia, própria da economia digital que o período atual testemunha, proporciona não só uma internacionalização da plataforma, mas também constrói discursos imagéticos a respeito dos países de locação da obra cinematográfica, sobretudo do país de destino. Não à toa, um dos primeiros *frames* do filme aqui interpretado é a visão do Peru através da janela do avião, justamente para indicar, com mais vigor, o filme como filme de viagens (Figura 1). E, como vimos no item anterior, essas imagens e esses imaginários sobre tais filmes podem ser interpretados sob um prisma geográfico.

Figura 1 - Cusco pela janela do avião



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

Tendo feito esta pontuação sobre o caráter extradiegético, parte-se para a interpretação do filme. A princípio, a narrativa nos apresenta Salvador, um rico empresário e arquiteto espanhol que se dirige ao Peru, no intento de procurar um terreno para a construção de um hotel para a rede de sua família. Assim, já se insinua, logo do começo, a construção da narrativa do contato com o diverso, com o outro, como é próprio das viagens (ONFRAY, 2009). De fato, o filme é um típico exemplo das narrativas que promovem encontro com o diferente, que, com o deslocamento da viagem, promove o envolvimento de um estrangeiro, de um *outsider* com o país de destino e seus habitantes. É também, de certo modo, uma relação com o pitoresco, assim como tantos outros filmes do cinema atual, como atesta Bruno (2002).

É preciso recordar que filmes e outras mídias são mediadores do processo – sempre inacabado – de construção das identidades de um povo, como sugere Hall (2006). As representações, com efeito, são vitais no processo de construção de identidade. Todo o filme aqui interpretado nos proporciona vislumbrar isso a respeito do Peru. No início do filme, nas cenas que retratam a chegada de Salvador ao Peru, há a exibição de imagens fílmicas que folclorizam o Peru e os peruanos.

Depois da chegada de Salvador, ganha o centro da cena uma manifestação artística andina, uma dança chamada *huayno* – que é, inclusive, muito popular nas propagandas turísticas relativas à cidade de Cusco (Figura 2).

Figura 2 - Festa no hostel



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

Após a apresentação de *huayno*, exibe-se cenas de uma festa no hostel vizinho a casa em que Salvador está hospedado; são essas cenas que folclorizam os peruanos (Figura 2). De fato, ao apresentar uma festa, os moradores locais são retratados como percursionistas 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, por exemplo, é apresentada inicialmente como uma latino-americana agressiva e erótica – mais erótica do que agressiva, a bem da verdade.

A ideia de "latino-americanidade", a princípio, está no corpo dançante e sensual, no colorido alegre da decoração, no malabarismo ígneo, na música contagiante, no caleidoscópio de prazer que as festas proporcionam. Essa generalização a respeito do latino-americano é um discurso geográfico veiculado no filme, que intenta mostrar 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, o cinema cria e veicula imagens estereotipadas com o propósito de categorizar e controlar representações do mundo. Tais representações, enquanto aparato narrativo, não são neutras e apolíticas, posto que sua dinâmica auxilia na constituição de identidades e alteridades para sujeitos e espaços. Afinal, representações de generalidade ganham foros de verdade (SAID, 2007). Esses foros de verdade, sistematizadores de identidades, intentam, no discurso fílmico, 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.

Outro ponto em que o encontro estrangeiro-nativo constrói visões estereotipadas é o desenvolvimento do romance entre Salvador, o espanhol que foi empreender no Peru, e Ariana, uma artista com engajamento social que se opõe ao projeto de Salvador. Desde o início da narrativa, Salvador é apresentado como um arquiteto e empresário bem-sucedido que visa ajudar no desenvolvimento do Peru, custe o que custar. Neste ponto do filme, mais um estereótipo da relação viajante-morador local é trazido à tona para a narrativa fílmica.

É comum, de fato, que as mais diversas mídias imagéticas, desde pinturas até os filmes, apresentem a América Latina como um destino perfeito para exploradores do capital, num movimento que desemboca em inúmeras imaginações geográficas (PRYSTHON, 2014). Tomadas aéreas de áreas pobres entram em cena para justificar a exploração ou, numa perspectiva dúbia, negar a exploração, na compreensão de que as imagens expressam a beleza de outra forma de existir (Figura 3).

Figura 3 - Visão de Cusco à noite



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

Na primeira perspectiva, o Peru ser visto como lugar que precisa se desenvolver com o investimento e a visão empreendedora de um europeu é apenas mais uma versão do fardo do homem branco que, mais uma vez, precisa levar a civilização aos trópicos (SAID, 1995). Salvador, com efeito, incorpora este estereótipo. De certa maneira, Salvador é o europeu que deseja levar o saber e o progresso ao Peru. Numa das cenas, ele explica o significado da cruz andina para três peruanos e a resposta de uma moradora local é "Esse gringo sabe sobre o meu país mais do que eu mesmo". Assim, além do filme trabalhar na apresentação da cultura peruana, faz isso pelo olhar do estrangeiro, do homem europeu.

Ademais, como já dito, o encontro estrangeiro-nativo é personificado na narrativa fílmica no casal Salvador e Ariana. Ele é europeu, racional, calculista e

capitalista; ela, latino-americana, emocional, impulsiva e desapegada às condições materiais. O encontro estrangeiro-nativo é, na verdade, um confronto. Trata-se de um enfrentamento de ideias. O discurso fílmico 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, uma incivilizada. O fato dela saber os caminhos incas, conhecer trilhas, lagoas e cachoeiras é a prova de que é demasiadamente "natureza": intempestiva, violenta (Figura 4).

Figura 4 - Ariana guiando Salvador



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno 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 deslegitimar qualquer cultura que não é eurocêntrica e de perpetuar imaginações a respeito da mobilidade (CRESSWELL, 2006).

Outro ponto importante a se destacar é que os discursos presentes em "Até a próxima vez" (2022) são de várias ordens. Afinal, o discurso no cinema pode ser veiculado não só pelos personagens ou pela narrativa fílmica, mas pela iluminação, pelo enquadramento, pela imagem fílmica e pela música e demais elementos fílmicos (SHOHAT; STAM, 2006; NAME, 2013). Estes últimos são utilizados na produção de discursos imagéticos que incentivem a atividade turística e seus desdobramentos socioespaciais.

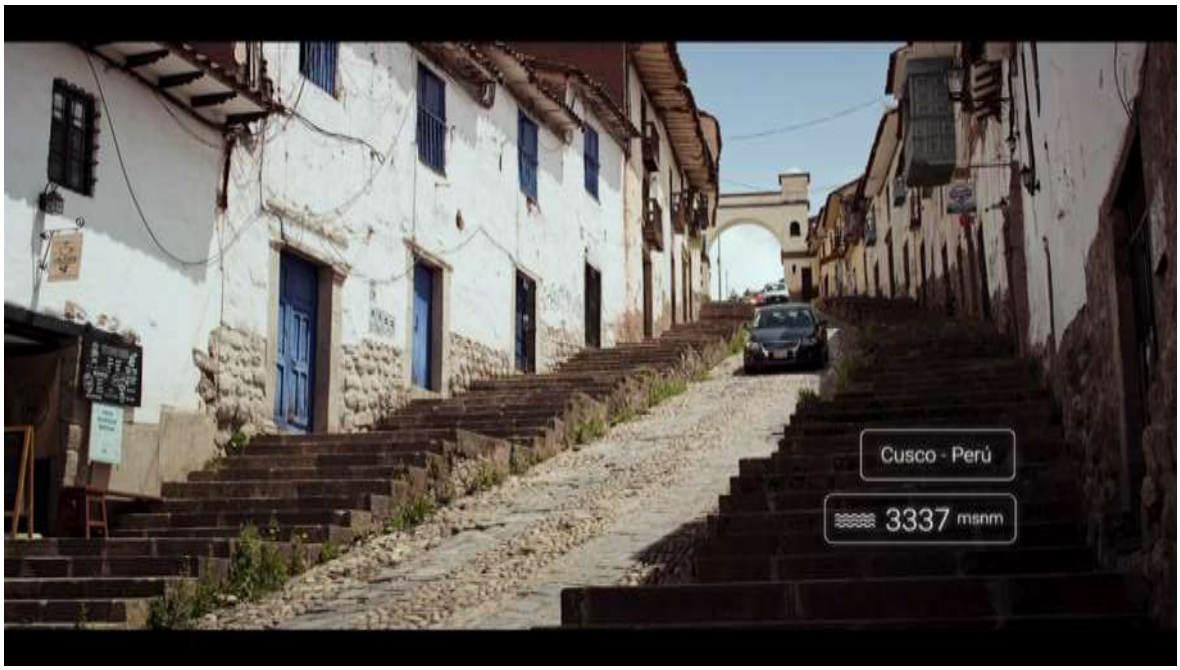
Um exemplo claro é a trilha sonora do filme. Este elemento fílmico é fulcral na composição de sentimentos durante a exibição fílmica – e o sentimento, pontua Silva (2021), é vital na experiência de viajar. Ademais, a trilha sonora tem a função de propagar significados e o poder de criar memórias, inclusive reiterando emoções. No filme, a música, de inspiração andina e composta por uma harmonia de flautas peruanas, é sempre presente enquanto a tela mostra pontos turísticos e expressões artísticas do povo peruano, o que conecta informações visuais e sonoras sobre o lugar apresentado, dando ritmo aos códigos culturais da emoção (CHION, 2011).

Inúmeras vezes, de igual modo, o olhar de pássaro, com a câmera sobrevoando toda uma região e mostrando os lugares de apelo turístico, também está presente. Com efeito, o papel do grande plano geral é evidenciar todo o cenário em que a narrativa se desenrolará. Muitas vezes, este plano está ausente de personagens, já que seu intuito, geralmente, é apresentar o local narrativo, o espaço em si. Como explica Grilo (2007), isto não é feito de forma despropositada. Na verdade, cenários, personagens, adereços, ações e discursos são influenciados por este tipo de enquadramento.

Uma outra estratégia para valorização turística é a inclusão de recursos digitais na tela, indicando características do lugar, como altura em relação ao nível do

mar, ou até mesmo mapas da região visitada. Geralmente, essas informações não são descontextualizadas e o enquadramento do filme confirma a informação dada, como a referência à altura em relação ao nível do mar está associada a uma paisagem com um declive (Figura 5). É como se o expectador do filme fosse um turista em potencial e quanto mais modos de apresentar informações sobre o lugar de destino no filme, melhor. Afinal, quanto maior é o número de informações sobre um produto – no caso, o Peru – mais fácil de vendê-lo como atração turística. O olhar "imposto" pelo enquadramento, então, é o olhar turístico.

Figura 5 - Informações do relevo de Cusco



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

O recurso da narrativa de inserir mensagens de textos ou emojis no ecrã já é comum em filmes mais recentes e altera a gramática fílmica que era recorrente no século XX ao explorar outras linguagens, aumentando a velocidade e quantidade de informações numa mesma cena. No caso de "Até a próxima vez", a utilização do recurso, ao inserir mapas na tela, é eminentemente geográfica e tem a função de promoção turística, posto que, além da paisagem, outras informações visuais apresentam o lugar. Ademais, essa estratégia tenta simular a experiência turística comum: ter/acessar um mapa do local de

destino. A diferença agora é que, com mundo mediado pelas telas (LIPOVETSKY; SERROY, 2009), o mapa não mais é físico (Figura 6).

Há, assim, uma cultura visual cartográfica no filme (CASTRO, 2015). Mapas são convocados para explicar melhor os deslocamentos dos personagens e, ao mesmo tempo, indicam uma sugestão de trajeto turístico ao indicar caminhos, lazeres e lugares de entretenimento no Peru. Tais indicações são mediadas por paisagens fílmicas de apelo turístico ou por imagens que remetem a construção de trajetórias, como estradas. Assim, existe no filme aquilo que Castro (2015) chamou de impulso cartográfico, que seria a maneira de usar uma cultura visual cartográfica para apresentar um local específico nos filmes, posto que é cada vez mais comum que se manifeste nos mais variados tipos de filme uma cultura visual herdada pela cartografia. Desse modo, nos filmes, são variadas as manifestações gráficas de uma compreensão espacial do mundo e a presença de mapas seria apenas uma delas, mas, com certeza, uma das mais marcantes (CASTRO, 2015).

Figura 6 - Mapa no ecrã



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

No ponto da narrativa em que Ariana conduz Salvador até Machu Picchu, ele se demonstra apaixonado pelo Peru: "O Peru, definitivamente, conquistou o meu coração". Neste ponto, imagens são utilizadas para evidenciar o potencial estético do ato

de viajar. Com efeito, os enquadramentos apontam para a miríades de olhares que se pode ter dos pontos turísticos peruanos (Figura 7).

Todas as ações do filme, assim, têm um mesmo fim: apresentar o Peru e, de certa maneira, toda a América Latina como um lugar mágico, encantado. Ainda que filmes sobre os países América Latina apresentem inúmeras vezes uma estética própria, a reapresentação do continente latino-americano como um lugar pleno de encantamento não é um intento unânime, como bem lembra Angela Prysthon (2014). Aliás, seja por meio de lugares exuberantes e/ou utilizando a imagem de belas mulheres (e ambos estão presentes em "Até a próxima vez"), a América Latina é reapresentada no cinema sob o prisma do encantamento. É exatamente por causa desse encantamento que um lugar passa a ser digno de ser visitado, de se tornar um destino (BASTOS; CHEIBUB, 2020). Inclusive, o continente latino-americano, pontua Corseuil (2016), no cenário internacional, é marcado por ser locações de filmes de viagem, seja para lazer ou para o conhecimento, mas sempre na perspectiva de encontrar um povo exótico, excêntrico e suas marcas identitárias.

Figura 7 - Ariana e Salvador em Machu Picchu



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

Após passeios por pontos turísticos no interior do Peru, com muitas expressões artísticas e culinárias peruanas, a narrativa convoca a dirigir o olhar turístico

para outras possibilidades turísticas. Para isso, é construída, como é costume nos filmes de romance, uma briga de casal: Salvador, impelido pelo grupo financeiro que faz parte, deseja concretizar a construção do complexo hoteleiro em áreas de interesse social; Ariana, engajada socialmente, se opõe ao projeto. As diferentes concepções de mundo separam o casal. Soma-se a isso o caráter nômade de Ariana, que sai de Cusco em direção a um lugar, a princípio, desconhecido. Salvador, mudado pela experiência turística do Peru, abandona o projeto hoteleiro e se põe a encontrar Ariana.

Nesse processo de busca, ele, literalmente, passeia por diversos pontos do país e faz uma experiência de mochileiro. Faz do romance um *road movie*, os chamados "filmes de estrada", com crises de identidade e necessidade de escapar do mundo onde vive e prescrever novas rotas para a vida (PRYSTHON, 2006). Não por coincidência, nesses filmes, os personagens, ainda que sob uma outra poética, são uma versão moderna dos antigos conquistadores de territórios; assim, Salvador ainda carrega o ímpeto de desbravar o Peru, mesmo que o motivo agora seja nobre: o amor. Neste ponto da narrativa, então, um outro Peru turístico é apresentado e o litoral peruano ganha a cena, sobretudo a região de Paracas. É lá que Salvador encontra Ariana.

Como sinal da proximidade do encontro com Ariana, que trabalha numa biblioteca comunitária na praia, uma intertextualidade é trabalhada na narrativa: Salvador, ao se aproximar da amada, encontra o livro "*Travesuras de la niña mala*" do escritor peruano Mario Vargas Llosa que foi publicado em 2006 (Figura 8).

Figura 8. Salvador com o livro de Ariana



Fonte: "Até a próxima vez" – Dir. Bruno Ascenzo (2022).

No livro, a estória de um amor arrebatador. É a estória de um jovem que, numa dança de encontros e desencontros, sempre reencontra o amor da sua vida, uma aventureira. De certa maneira, mesmo que o filme não tenha reviravoltas ou final surpreendente, pode-se dizer que o livro resume o amor da Salvador e Ariana. De fato, o livro não é apenas uma coincidência no *frame* – não há coincidências na construção da *mise-en-scène*, não há enquadramento neutro; ele sempre demanda um significado (METZ, 1980). A presença do livro, além de mais uma demonstração da cultura peruana, é uma estratégia de intertextualidade, conforme pensam Costa (2013) e Name (2013). Trata-se da necessidade do cinema, enquanto signo cultural do mundo, de dialogar com outras linguagens, outros textos, numa associação que ajuda a compreender o filme (COSTA, 2013).

Com efeito, Salvador deixa a empresa de hotelaria e abandona o projeto de um grande hotel no Peru. Passa a viver uma vida simples na praia com Ariana: sonhos de uma casa de madeira, uma vida baseada na sustentabilidade. Ele deixa a razão de lado e opta pela lógica do incerto, da imprevisibilidade. Interessante notar que toda a construção do branco civilizador se desvanece e outros modos de viver ganham destaque no final do filme. É mais um exemplo do europeu que é convencido – e aqui pela força do amor – de que a missão econômica não vale mais a pena; com efeito, ele abandona a ideologia binária que só via sua própria cultura como legítima. Entretanto, o filme faz isso, como vimos, se valendo de um conjunto de estereótipos e lugares-comum. O fato é que não é raro, nas representações a respeito de viagens, que o viajante se transforme, tenha uma mudança de caráter existencial. Na narrativa aqui interpretada, a mobilidade, por exemplo, vai de um olhar negativo, pejorativo que pairava sobre Ariana até a manifestação de autonomia, de uma paixão pela imprevisibilidade diante do enrijecimento da vida que Salvador vivia (ONFRAY, 2009). A viagem sempre altera o estado de espírito, muda a forma de ver e viver o mundo, de experenciar geografias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há uma espécie de metalinguagem no fato do filme ser uma mídia de propaganda turística e, ao mesmo tempo, apresentar um representante do setor hoteleiro

tentando promover o turismo na cidade de Cusco. Assim, logo de início, sem pudor algum, a própria narrativa induz a pensar não só na cidade de Cusco, mas todo o Peru como destino turístico. O que se desenvolve após isso, incluindo o romance entre Salvador e Ariana, são mais maneiras de promover o destino.

Assim, para ajudar nessa promoção, a representação dos moradores locais é feita de forma folclorizada – a fim de propiciar um maior interesse pelo lugar de destino, já que eles seriam também, de certo modo, uma atração, mais um motivo para visitar o Peru. Percebe-se, então, que os discursos espaciais do filme acabam por estereotipar os sujeitos e os espaços do Peru. Há, nas telas, como vimos, verdadeiras caricaturas identitárias. No filme, aliás, há um desfile de etnias peruanas (aimarás, quíchuas, etc.), com seus costumes e hábitos, suas manifestações culturais na tentativa de (re)apresentar o Peru, por um olhar turístico. São variados os momentos que se faz uso de uma representação da identidade latino-americana sob um prisma do exótico, do pitoresco.

Existe, de fato, uma fabulação topográfica, uma imaginação geográfica sobre o Peru e – por que não? – sobre a América Latina. Tal fabulação topográfica ainda faz ecoar as antigas imaginações geográficas coloniais, evidenciando uma espécie de superioridade eurocêntrica, representando personagens peruanos que vivem sob o impulso, que desdenham da capacidade de raciocinar e se deleitam apenas com a festa, a instabilidade e a sensualidade. Realmente, o filme aqui interpretado é uma produção discursiva e ideológica a respeito do Peru e da América Latina. Pode-se falar, então, de uma relação de dominação econômico-político-simbólica da perspectiva eurocêntrica do mundo – ainda que o fim da narrativa indique uma "mudança" com a desistência de Salvador de viver sob a égide da vida monetária e da racionalidade extrema.

Ademais, a narrativa construída é essencialmente geográfica, viajante. As dimensões da viagem – e da Geografia e das geografias, portanto – estão no cerne do enredo. Daí as estratégias cinematográficas se valerem tanto de elementos geográficos. O filme, literalmente, cria um mapa imaginário da região, uma fabulação cartográfica para representar os deslocamentos – que são tanto físicos como também de perspectiva de mundo. No trecho final do filme, inclusive, há um enfoque no ato de mochilar. O romance, nesse ponto, ganha mais ainda ares de *road movie*, com o movimento dos personagens criando discursos de escape ou de novos desenhos do mapa da vida e sempre descortinando novos territórios do mundo vivido. O filme, de fato, é a expressão máxima

do filme de viagem. Não basta o deslocamento da Espanha até o Peru; o próprio país latino-americano também é atravessado pelo personagem e as paisagens peruanas são veiculadas por meio desse olhar turístico.

Percebeu-se, ainda, no filme, como é forte a conexão entre a Geografia e as viagens – inclusive, as interiores – dos personagens. A mudança de Salvador de busca do capital por viver o nomadismo foi proporcionada pela experiência nos recônditos peruanos como também nos lugares mais conhecidos do Peru, reforçando o argumento de que o ato de viajar muda o viajante.

Em suma, o filme intenta a partir de uma descrição, sobretudo geográfica, paisagística, dos contornos turísticos do Peru. Questões culturais, étnicas e econômicas são um plano de fundo para a construção de um destino. Tudo fica em segundo plano diante do objetivo maior: promover o destino turístico. Sendo assim, o filme ajuda a reproduzir discursos (estereótipos e narrativas) que transmitem visões a respeito do espaço e uma interpretação geográfica acurada, usando os elementos fílmicos, desde as paisagens fílmicas até a intertextualidade, pode ser um auxílio na leitura desses discursos. Na atualidade, objetos do entretenimento parecem ser negligenciados por este olhar – que era comum no século passado. A profusão de objetos da cultura audiovisual bem como sua velocidade favorecem o pensamento do olhar acrítico e sem método. Cabe ao geógrafo auxiliar nessas discussões, ao promover bases sólidas para interpretações e movimentos de diálogo com outras ciências. Neste sentido, este artigo é só mais um exemplo da capacidade de leituras geográficas de filmes. O escopo, apesar de não ser novo, é imenso e potente; vale a pena continuar a se debruçar sobre ele.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Maria Geralda. A propósito do trato do invisível, do intangível e do discurso na Geografia Cultural. **Revista da ANPEGE**, v. 9, n.11, p. 41 – 50, 2017.

ASTORINO, Claudia Maria. Cinema e Turismo: filmes como subsídios para a discussão da atividade turística. **Revista Turismo em Análise**, v. 30, n. 3, p. 539 – 561, 2019.

AZEVEDO, Ana Francisca. **Geografia e cinema**: representações culturais de espaço lugar e paisagem na cinematografia portuguesa. Universidade do Minho. 2007. 741 f. Tese (Doutorado em Geografia).

BASTOS, Denise de Morais; CHEIBUB, Bernardo Lazary. Investigación sobre la relación entre turismo y cine: temas y metodologías. **Gran Tour:** Revista de investigaciones turísticas, n. 22, p. 97-112, 2020.

BRUNO, Giuliana. **Atlas of emotion**: Journeys in Art, Architecture and Film. New York: Verso, 2002.

CASTRO, Teresa. Impulso cartográfico do cinema. In: AZEVEDO, Ana Francisca; OLIVEIRA JUNIOR; Wenceslao; RAMÍREZ, Rosa Cerarols. **Intervalo entre Geografias e Cinemas**. Braga: Editora da UMDGEO, 2015. p. 23-39.

CHION, Michel. **A Audiovisão**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.

CLAVAL, Paul. Mitos e imaginarios en geografía. In: LINDÓN, Alicia; HIERNAUX, Daniel. **Geografías de lo imaginario.** Barcelona: Antropos, 2012. p. 29-48.

CORSEUIL, Anelise R. Viagens hemisféricas: deslocamentos e fronteiras em A Jaula de Ouro e El Norte. In: CORSEUIL, Anelise R.; NÚÑEZ, Fabián; HOLANDA, Karla. (Org.). **Cinema e América Latina**: estética e culturalidade. São Paulo: Socine, 2016, p. 53-64.

COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. Cidades e lugares culturais, espaços e geografias fílmicas: compondo imageticamente o lugar. **Espaço e cultura**. Rio de Janeiro, n. 36, p. 139-153, 2014.

COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. Geografia Cultural e Cinema: práticas, teorias e métodos. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROZENDAHL, Zeny (Org.). **Geografia Cultural**: uma antologia (2). Rio de Janeiro: Eduerj, 2013. p. 247-265.

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

CRESSWELL, Tim; DIXON, Deborah. **Engaging film**: geographies of mobility and identity. Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, 2002.

DANIELS, Stephen. Geographical imagination. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 36, n. 2, p. 182-187, 2011.

ESCOBAR, Arturo. **Sentipensar com la tierra**: nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia. Medellin: Ediciones UNAULA, 2014.

FERRAZ, Claudio Benito O. Imagem e geografia: considerações a partir da linguagem cinematográfica. **Espaço & Geografia**, v.15, n. 2, p. 357-384, 2012

GARDIES, André. **L'Espace au Cinéma**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1993.

GASTAL, Susana. Turismo, imagens e imaginários. São Paulo: Aleph, 2005.

GRILO, João Mário. **As lições do cinema**: manual de filmologia. Lisboa: Edições Colibri, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. **Espaços de esperança**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina 2009.

METZ, Christian. **Linguagem e cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

MITCHELL, Don. There's no such thing as culture: towards a reconceptualization of the idea of culture in geography. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 20, n. 1, p. 102-116, 1995.

NAME, Leonardo. **Geografia pop**: o cinema e o outro. Rio de Janeiro, Apicuri: 2013.

NASCIMENTO, Francyjonison Custodio. O filme como campo de aventura: os espraiamentos artístico-científicos da Geografia. **Revista da ANPEGE**, v. 18, n. 36, p. 165-182, 2022.

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

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

PRYSTHON, Angela. Da alegoria continental às jornadas interiores: o road movie latino-americano contemporâneo. **Ícone**, v. 2, n. 9, p. 113-124, 2006.

PRYSTHON, Angela. Paisagens sonhadas: imaginação geográfica e deriva melancólica em Jauja. **Devires (UFMG)**, v. 11, n. 2, p. 230-255, 2014.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Comunicação e imaginário nos contos do cinema contemporâneo: uma estética em transição. **Comunicação, Mídia e Consumo.** São Paulo, v. 5, n. 12, p. 97- 112, 2008.

SAID, Edward W. **Cultura e Imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SAID, Edward W. **Orientalismo**: o oriente como invenção do ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica**: multiculturalismo e representação. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SILVA, Fabianne Torres Oliveira da; QUEIROZ FILHO, Antônio Carlos. A linguagem videográfica do Turismo: estética e política visual para o estudo da Geografia Contemporânea. **Revista Geonordeste**, São Cristóvão, n. 1, p. 52-70, 2016.

SILVA, Rodrigo Emídio. 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.

Filmografia

Até a próxima vez. Direção de Bruno Ascenzo. Peru e Espanha. Netflix, 2022. 96 min.

Recebido em agosto de 2023.

Revisão realizada em dezembro de 2023.

Aceito para publicação em março de 2024.