



Turismo - Visão e Ação
ISSN: 1415-6393
ISSN: 1983-7151
luiz.flores@univali.br
Universidade do Vale do Itajaí
Brasil

Tessituras das paisagens mineiras no programa Filme em Minas: desafios para o turismo cinematográfico

Luce Gomes, Christianne; de Almeida Campos, João Lucas; Kimarce do Carmo Pereira, Joyce
Tessituras das paisagens mineiras no programa Filme em Minas: desafios para o turismo cinematográfico
Turismo - Visão e Ação, vol. 23, núm. 02, 2021
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil
Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261068671001>
DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p288-307>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Tessituras das paisagens mineiras no programa Filme em Minas: desafios para o turismo cinematográfico

The Richness of Minas Gerais landscapes in the Film in Minas Program: Challenges for Film-Induced Tourism

Tesitura de paisajes de Minas Gerais en el Programa Cine en Minas: Desafíos para el turismo cinematográfico

Christianne Luce Gomes ¹

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte,

Minas Gerais, Brasil, Brasil

chris@ufmg.br

 <https://orcid.org/0000-0002-0075-289X>

DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p288-307>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261068671001>


id=261068671001

João Lucas de Almeida Campos ¹

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte,

Minas Gerais, Brasil, Brasil

joaollucas@yahoo.com.br


 <https://orcid.org/0000-0002-1548-0401>

Joyce Kimarce do Carmo Pereira ¹

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte,

Minas Gerais, Brasil, Brasil

joycekimarce@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-0142-7201>

Recepción: 02 Noviembre 2020

Aprobación: 08 Febrero 2021

RESUMO:

A sinergia entre o turismo e o setor audiovisual é o foco de estudos sobre o “turismo cinematográfico”. Além dos materiais publicitários convencionais, filmes de ficção ou documentários também podem contribuir para divulgar os locais retratados. Isso se deve, sobretudo, às paisagens representadas nas telas: elas constituem um atrativo turístico que influencia a imagem do destino. Nesse contexto, este artigo objetiva compreender de que maneira as paisagens mineiras foram retratadas em filmes apoiados pelo “Programa Filme em Minas”, visando a identificar o seu potencial para estimular o turismo cinematográfico no Estado. A metodologia desta investigação qualitativa contou com pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo de dez filmes selecionados por critérios previamente estabelecidos. Os resultados evidenciaram que esses filmes difundem paisagens naturais e urbanas, incluindo áreas rurais, municípios interioranos e cidades históricas. As montanhas, um ícone de Minas Gerais, tiveram destaque em quase todos os filmes. Similarmente, Belo Horizonte foi realçada em seis produções, evidenciando tanto os pontos turísticos mais convencionais da capital mineira, como regiões periféricas da cidade, locais geralmente negligenciados pelo turismo. Concluindo, apesar das obras audiovisuais analisadas não terem compromisso com o fomento do turismo, detêm potencial para promover o turismo em Minas Gerais por meio das paisagens escolhidas, favorecendo a sinergia turismo/audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: paisagem, Minas Gerais, filmes, turismo cinematográfico.

ABSTRACT:

The synergy between tourism and the audio-visual sector has been the focus of studies on “film-induced tourism”. In addition to conventional advertising materials, fiction films or documentaries can also help publicize the locations portrayed on film. This is

NOTAS DE AUTOR

¹ Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

¹ Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

¹ Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

mainly due to the landscapes represented on the screen, as a tourist attraction that influences the destination image. This article examines how the landscapes of the Brazilian state of Minas Gerais are portrayed in films supported by the program “Programa Filme em Minas”, seeking to identify their potential for film-induced tourism in the State. The methodology of this qualitative investigation included bibliographic research and content analysis of ten films, selected according to previously established criteria. The results showed that these films disseminate natural and urban landscapes, including rural areas, small towns and historical colonial towns. The mountains, an icon of Minas Gerais, were highlighted in almost all the films. Similarly, Belo Horizonte was highlighted in six of the films, showing both the more conventional tourist spots in the capital of Minas Gerais and the peripheral regions of the city - places generally neglected by tourism. In conclusion, although the films analyzed are not committed to the promotion of tourism per se, they nevertheless have the potential to promote tourism in Minas Gerais through the landscapes portrayed in the film settings, favoring a synergy between tourism and audiovisual media.

KEYWORDS: landscape, Minas Gerais, movies, film-induced tourism.

RESUMEN:

La sinergia entre el turismo y el sector audiovisual es el foco de los estudios sobre “turismo cinematográfico”. Además de los materiales publicitarios convencionales, las películas de ficción o los documentales también pueden contribuir a dar a conocer los lugares representados. Esto se debe principalmente a los paisajes representados en las pantallas: son un atractivo turístico que influye en la imagen del destino. En este contexto, este artículo tiene como objetivo comprender cómo los paisajes de Minas Gerais fueron retratados en películas apoyadas por el “Programa Filme em Minas” con el objetivo de identificar su potencial para estimular el turismo cinematográfico en el Estado. La metodología de esta investigación cualitativa incluyó la investigación bibliográfica y el análisis de contenido de 10 películas seleccionadas según criterios previamente establecidos. Los resultados mostraron que estas películas difunden paisajes naturales y urbanos, incluidas áreas rurales, pueblos del interior y ciudades históricas. Las montañas, ícono de Minas Gerais, fueron destacadas en casi todas las películas. Asimismo, Belo Horizonte se destacó en 06 producciones, mostrando tanto los puntos turísticos más convencionales de la capital de Minas Gerais, como las regiones periféricas de la ciudad, lugares generalmente desatendidos por el turismo. En conclusión, si bien las películas analizadas no están comprometidas con la promoción turística, tienen el potencial de promover el turismo en Minas Gerais a través de los paisajes elegidos, favoreciendo la sinergia turismo / audiovisual.

PALABRAS CLAVE: paisaje, Minas Gerais, películas, turismo de cine.

INTRODUÇÃO

Minas não é palavra montanhosa
 É palavra abissal
 Minas é dentro e fundo
 As montanhas escondem o que é Minas.
 (...)
 Só mineiros sabem.
 E não dizem nem a si mesmos o
 irrelatável segredo
 chamado Minas.
 Carlos Drummond de Andrade (1992, p.433).

As paisagens de Minas Gerais já inspiraram desde pessoas anônimas até as mais famosas, como Carlos Drummond de Andrade, Guimarães Rosa, Milton Nascimento, Marcus Vianna, Humberto Mauro e muitos outros. Na década de 1940, o projeto arquitetônico da Pampulha encomendado pelo político mineiro Juscelino Kubitschek a Oscar Niemeyer consagrou esse arquiteto no cenário mundial. Niemeyer já dizia que os traços arqueados de sua arquitetura eram inspirados nas curvas femininas e nas sinuosas montanhas, que são uma das marcas mais representativas da paisagem deste Estado.

A inspiração se deve ao fato de a paisagem ser um espaço percebido: o que é visto expressa o que é sentido, pois a paisagem é mediadora dos mundos exterior e interior. Embora a paisagem diga respeito a um local, também depende do olhar e da imagem apreendida. Esses três componentes se conectam numa complexa relação e, segundo Collot (2013, p. 19), estão na base da noção de paisagem: “Um ambiente não é suscetível a se tornar uma paisagem senão a partir do momento em que é percebido por um sujeito”.

Para esse autor, tradicionalmente, as teorias da paisagem dão ênfase ora ao local, ora à imagem, relegando o olhar a um último plano (Collot, 2013). Essa lacuna é aqui vislumbrada como um convite para compreender de que maneira as paisagens mineiras foram retratadas em filmes realizados com o apoio do “Programa Filme em Minas” (PFM), visando a identificar o seu potencial para estimular o turismo cinematográfico no Estado.

Tal programa foi criado em 2004 por meio de uma parceria entre a Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais – atualmente Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (SECULT) – e a Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG). O programa visa a impulsionar a produção audiovisual em Minas Gerais, estimular pesquisas e incentivar a adoção de novas linguagens que expressem a diversidade mineira. Por meio de editais públicos, o PFM apoiou mais de 140 produções audiovisuais no período em que esteve vigente (2004-2014).

Entre outras exigências do PFM, no mínimo 60% das filmagens devem ser feitas em Minas Gerais, evidenciando o potencial das produções audiovisuais apoiadas pelo programa, para divulgar e fomentar o turismo neste Estado. Iniciativas como essa são relevantes quando se considera o turismo cinematográfico, um campo de estudos que é considerado uma tipologia emergente do Turismo Cultural.

Embora o conceito de film-induced tourism seja investigado nos Estados Unidos desde a década de 1990 (Butler, 1990; Riley, Baker & Van Doren, 1998; Beeton, 2001, 2005, 2011), mais recentemente o turismo cinematográfico (também denominado de cineturismo) vem sendo estudado na Itália (Nelli, Reggente & Todesco, 2014) e na Espanha (Aertsen, 2011), entre outros países. Como a temática ainda conta com incipientes pesquisas e publicações (Campo, Brea, González, 2014), só recentemente vem sendo estudada com mais profundidade no Brasil. Logo, o tópico a seguir apresenta alguns resultados do estudo bibliográfico realizado acerca dos temas centrais deste artigo: turismo cinematográfico e paisagem.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O cinema é uma forma de arte dotada de diversas potencialidades, sendo a promoção de destinos turísticos uma delas. Quando a imagem de um determinado local é retratada nas telas pode instigar, no espectador, o desejo de conhecer in loco a região exibida. Para Jafari (2003), os filmes têm a força e a competência de transformar locais comuns em atrativos turísticos, produzindo novos destinos e fomentando aqueles já conhecidos. Nesse sentido, o turismo cinematográfico se dedica, especialmente, em compreender e impulsionar a sinergia entre o turismo e o audiovisual.

O turismo cinematográfico se concretiza quando o turista se interessa por visitar determinada localidade, porque foi induzido a isso por uma produção audiovisual, seja ela um filme, uma telenovela ou um seriado, por exemplo (Nascimento, 2009). Esse segmento turístico pode ser impulsionado por variadas alternativas, conforme esclarece Beeton (2005): a) pelo lugar, incluindo suas paisagens e cenários, b) pelo elenco, personalidades ou personagens que ficaram famosos, c) pela performance de uma obra audiovisual, incluindo seu roteiro, o tema ou o gênero escolhido. Para a autora, estes fatores têm o potencial de influenciar a escolha dos turistas por um dado destino, intermediada por uma produção audiovisual assistida.

Por esse ângulo, sutilmente, o cinema acaba funcionando como uma espécie de vitrine de lugares e personalidades. As campanhas publicitárias convencionais têm finalidades comerciais, mas uma obra audiovisual também pode contribuir para divulgar um destino turístico, mesmo que não tenha esse intento. Nesse sentido, “[...] o cinema caracteriza-se como um agente autônomo de informação, sendo percebido como fontes imparciais, não relacionadas aos interesses do mercado turístico”. Os autores prosseguem, salientando que as produções cinematográficas são “mais credíveis que a publicidade tradicional, além de poderem atingir um público inalcançável através de uma campanha publicitária e ter uma influência mais duradoura sobre a imagem” (Barbosa, Amaral & Messias, 2017, p. 50).

No campo do turismo, ao se falar de um destino, geralmente, fala-se também de paisagem. Esta, por sua vez, pode figurar por meio de duas possibilidades distintas: a) como paisagem-objeto, relacionada

aos espaços físicos onde o turismo acontece, e b) como paisagem-representação, referente às imagens e aos imaginários construídos socialmente para transmitir valores, conceitos e significados (Kuns & Castrogiovanni, 2020). Assim sendo, as paisagens escolhidas por diretores para serem exibidas nas telas do cinema, TVs, computadores, tablets e smartphones podem criar representações e aguçar ainda mais a vontade do espectador em visitar aquela destinação turística, permitindo-lhe conhecer as paisagens que a compõem.

A paisagem é uma temática pesquisada por autores de diferentes áreas do conhecimento. Contudo, a Geografia é um campo tradicionalmente envolvido com os estudos sobre esse tema. Nessa discussão, um pesquisador de referência é o geógrafo Milton Santos (1988). O autor elaborou, na década de 1980, um conceito de paisagem que é perpetuado até os dias hoje: “Tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons” (Santos, 1988, p. 21).

Com a contínua sistematização dos estudos sobre paisagem, Santos (1988) aprofundou outros aspectos sobre a temática. Para ele, a paisagem não é estática, transformando-se conforme as necessidades de cada sociedade, “em ritmos e intensidades variados” (p. 37). Esse processo de adaptação é similar ao que acontece com a economia, com as relações sociais e com a política, e deve-se ao fato da paisagem nada ter de fixo.

Similarmente, Claval (2014) contribui com esse debate, ao destacar que a paisagem está em constante transformação. Para o autor, a cultura está intimamente associada à maneira como cada pessoa percebe e interage com a paisagem, fazendo com que, de tempos em tempos, ela passe por mutações. Por isso, a paisagem traz as marcas da atividade produtiva dos seres humanos, evidenciando os seus esforços para habitar o mundo e de adaptá-lo conforme as próprias necessidades. A paisagem constitui, portanto, “um documento-chave para a compreensão das culturas, o único que, frequentemente, subsiste das sociedades do passado” (Claval, 2014, p. 23).

Besse (2014) compreende a paisagem como uma representação cultural e social que consiste em um ponto de vista, modos de pensar e de perceber os contextos. Para entender a paisagem como uma representação subjetiva, é preciso observar, primeiramente, o que é visto como um horizonte longínquo, como uma profusão de detalhes, distâncias, relevos, cores e sombras. Nesse sentido, o estudo de uma paisagem – seja ela real ou representada – é o estudo de uma forma de pensamento ou de uma percepção subjetiva. Trata-se de uma expressão humana informada por códigos culturais determinados, tais como discursos e sistemas de valores, entre outros aspectos. Por isso, é fundamental “retornar”, ou seja, “ir alguém da própria paisagem, para enxergar nela as razões de ser, na cultura e na vida social, de que é de alguma forma, a encarnação” (Besse, 2014, p. 234).

A paisagem, assim, transforma-se continuamente, sendo constituída pela maneira como pessoas e sociedades percebem o que está ao seu redor. Cultura, meio ambiente, relações sociais e economia são alguns dos elementos que, em constante interação, compõem a paisagem. Sob esse parâmetro, existem diferenças entre paisagens naturais (cada vez mais raras, pois, dizem respeito àquelas não modificadas pelo esforço humano) e paisagens artificiais, passíveis de interferência das ações humanas, sendo estas últimas subdivididas em duas categorias: paisagens urbanas e paisagens rurais (Santos, 1988).

Tratando-se da paisagem urbana, Cullen (1983) a descreve como sendo a arte de tornar coerente e organizado, visualmente, o emaranhado de edifícios, ruas e espaços que formam o ambiente urbano. Para além dos aspectos estéticos, a paisagem do contexto urbano é o resultado das diversas intervenções de um determinado lugar, concomitantemente às ações sócio-político-culturais: que, por sua vez, modificam-se com o tempo, impactando sobremaneira a paisagem urbana (Campos, 2017).

Barbosa, Amaral e Messias (2017) acrescentam outros elementos para descrever a paisagem urbana. Os autores destacam as relações existentes entre sujeito e paisagem: “A relação observado/observador na paisagem urbana resulta de um processo cognitivo mediado por valores simbólicos, representativos no imaginário social dentro do contexto histórico das cidades” (p. 86). A paisagem urbana, portanto, está

diretamente ligada à intervenção humana, às modificações feitas no espaço e à maneira como ela se organiza no ambiente de forma social e cultural.

Nesse sentido, a paisagem urbana acaba por atravessar a paisagem rural, que, por sua vez, está relacionada às atividades no campo (tais como a agricultura, a pecuária, a extração e a exploração vegetal e animal, a exploração da apicultura e avicultura, entre outras). “Os sistemas agrícolas tradicionais e sua evolução ainda são responsáveis pela estrutura (e transformação) da paisagem rural” (Galvão & Vareta, 2010, p. 66). Desse modo, a paisagem rural figura como um constructo social condicionado, tanto pelas condições naturais, como pelas ações humanas.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) estuda os conceitos de espaço urbano e espaço rural, que serão aqui abordados visando a entender outras nuances da paisagem nesses contextos. Tradicionalmente, considera-se que as áreas rurais e urbanas estão relacionadas à ocupação econômica da população, especialmente no que se refere à natureza destas atividades. Enquanto o meio rural caracteriza-se, principalmente, pelo desenvolvimento de atividades primárias, tais como a agropecuária, no meio urbano a população trabalha com atividades secundárias e terciárias (IBGE, 2017).

Contudo, hodiernamente, não se pode negligenciar a existência de outras configurações que não diferenciam de forma tão categórica as atividades próprias do meio rural ou do urbano. O agronegócio, por exemplo, entrelaça atividades dos três setores na produção de insumo, na fabricação, comercialização e exportação (Buranello, 2018).

Outro aspecto que distingue áreas urbanas e rurais, segundo o IBGE (2017), é justamente o tamanho populacional e o patamar demográfico, que, neste caso, são as áreas urbanas marcadas pela concentração populacional. Em contrapartida, a rural é caracterizada pela dispersão. De acordo com esse instituto, outro fator crucial para a diferenciação rural-urbano refere-se à morfologia da área, característica que está associada às compreensões de paisagem. Por meio da análise das formas, “[...] expressas pelas edificações, loteamentos, arruamento e uso do solo, é possível apreender padrões morfológicos que podem ser utilizados para classificar o território entre ocupações rurais e urbanas” (Ângulo & Domínguez apud Bernardelli, 2010, p. 14). Entre outras características, a morfologia no contexto das paisagens rurais pode ser descrita “pela forma do uso rústico do solo, com grandes extensões de terra e baixa densidade habitacional. Incluem campos, florestas, lavouras, pastos” (IBGE, 2014, p. 22).

Em suma, a paisagem – seja ela rural ou urbana – guarda em si uma relação intrínseca com a dinâmica da vida humana. Conforme endossa Santos (1997), cada vez que a conjuntura social vivencia um processo de mudança, as relações socioeconômicas e políticas também sofrem mudanças e, igualmente, a paisagem e o espaço se transformam com vistas a se adaptarem às novas necessidades da sociedade.

Por essas razões, torna-se relevante compreender de que maneira a paisagem mineira é retratada nos filmes realizados pelo Programa Filme em Minas e, para isso, a seguir será apresentado o percurso metodológico da pesquisa.

METODOLOGIA

Esta pesquisa segue a abordagem qualitativa, cujo foco principal é compreender o objeto de estudo de maneira interpretativa. Nesse sentido, o objeto da pesquisa é socialmente construído (Gil, 2019). A metodologia da presente investigação contou com uma pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo de filmes apoiados pelo Programa Filme em Minas. O estudo bibliográfico foi desenvolvido ao longo de todo o processo, por meio da seleção e análise de livros, artigos, dissertações e teses relacionadas com a temática investigada (Laville & Dionne, 1999). A análise de conteúdo envolveu análise de expressão, relações, temáticas e de enunciação (Minayo, 2001), aspectos considerados relevantes para esta pesquisa.

Para a seleção dos filmes seguiram-se quatro critérios, a saber: (a) apresentar trailer disponível na plataforma de vídeos Youtube, devido à gratuidade e facilidade de acesso do público, (b) ser um filme de

longa-metragem, (c) contemplar, em sua narrativa, a categoria paisagem, e (d) apresentar enredo ambientado em Minas Gerais, evidenciando aos espectadores que a narrativa se passa em terras mineiras.

O primeiro edital do Programa Filme em Minas foi publicado em 2004 e, até a sua última edição (2014), 140 filmes foram financiados. Deste total, 53 filmes possuem trailer disponível no YouTube, dos quais 14 contemplam as categorias estudadas na pesquisa. Como quatro desses filmes são de curta-metragem, foram descartados.

Assim, a pesquisa foi constituída por dez filmes apoiados pelo Programa Filme em Minas, a saber: *Baronesa* (lançado em 2018, direção de Juliana Antunes); *O cineasta* (2018, Leandro Martins); *A cidade onde envelheço* (2017, Marília Rocha); *O segredo dos diamantes* (2014, Helvécio Ratton); *O menino no espelho* (2014, Guilherme Fiúza Zenha); *O palhaço* (2011, Selton Mello); *O contador de histórias* (2009, Luiz Vilaça); *Estrada real da cachaça* (2008, Pedro Urbano), *Sonhos e desejos* (2006, Marcelo Santiago) e *Vinho de rosas* (2005, Elza Cataldo).

Para assistir aos filmes completos, fez-se contato com a SECULT-MG, visando a angariar informações sobre como acessar o acervo. Mediante solicitação prévia, a secretaria informou que poderia emprestar uma cópia dos filmes no formato DVD, com exceção do filme *A cidade onde envelheço* (2017), que ainda não havia sido entregue pela produtora. O acesso a esse filme foi possível por meio de pagamento ao YouTube, mas, em meados de 2020, ele passou a integrar a plataforma Netflix. Durante a coleta de dados, três dos dez filmes da pesquisa foram encontrados na Internet, na plataforma YouTube, e puderam ser assistidos gratuitamente em versão não oficial, de baixa qualidade (*Sonhos e desejos*, *Estrada real da cachaça* e *O contador de histórias*). Seria relevante se todo esse acervo audiovisual fosse disponibilizado de forma oficial e gratuita na Internet, facilitando o amplo acesso ao público interessado.

O processo de análise de conteúdo dos filmes selecionados na pesquisa foi organizado em três momentos, estruturado da seguinte maneira: (a) assistir ao filme na íntegra, para tomar conhecimento de seu conteúdo, (b) assistir ao filme pela segunda vez, procurando compreender de que maneira as paisagens mineiras são retratadas nessas obras, e (c) aprofundar a análise, investigando elementos que possam contribuir com a sinergia turismo/audiovisual. Os resultados desse processo analítico serão expostos a seguir.

RESULTADOS

Conforme tratado anteriormente, a compreensão de paisagem é bastante ampla e pode ser abordada sob diferentes perspectivas, além de ser um tema estudado por autores de áreas diversas, entre os quais podem ser destacados Milton Santos, Carl Sauer, Paul Claval e Jean-Marc Besse.

Em sua obra “As cinco portas da paisagem: ensaio de uma cartografia das problemáticas paisagísticas contemporâneas”, Besse (2014) garante que a paisagem é uma representação cultural e social. Mediante isso, pode ser tratada como um ponto de vista, um modo de pensar e uma percepção subjetiva. Para compreender a paisagem em primeira instância, observa-se o que é visto como horizonte longínquo, incluindo um emaranhado de detalhes, distâncias, cores, texturas, sombras e relevos.

Besse (2014) salienta, ainda, que estudar a paisagem real ou representada geralmente é identificado “com o estudo de uma forma de pensamento ou de percepção ‘subjetiva’ e, mais geralmente, uma expressão humana informada por códigos culturais determinados (discursos, valores, etc.)” (p. 234). Para o autor, é preciso ir além da paisagem em si, buscando olhar e (re) olhar as suas razões de ser, tanto na vida social, quanto cultural.

Partindo desse entendimento, pode-se afirmar que o cinema cria representações próprias da paisagem para contar uma história. Natural ou artificial, a paisagem é “uma expressão humana, um discurso, uma imagem, seja ela individual ou coletiva, seja ela encarnada numa tela, em papel ou no solo” (Besse, 2014, p. 236).

Seguindo esta linha de interpretação, ressalta-se que os dez filmes que compõem o corpus investigativo da pesquisa realizada retratam, de maneira diversificada, as paisagens de Minas Gerais. Tendo em vista essas distinções, as paisagens foram categorizadas em dois grupos específicos: um deles diz respeito à paisagem

natural e o outro prioriza a artificial, contemplando tanto as paisagens urbanas como as rurais. Cabe ressaltar, contudo, que uma mesma obra audiovisual pode contemplar paisagens naturais, urbanas e rurais, sendo necessário destacar, neste texto, alguns de seus aspectos principais.

Tratando-se das paisagens naturais, Santos (1988) afirma que dificilmente são encontradas na atualidade devido às intervenções humanas ao longo do tempo. Corroborando com tal afirmação, apenas dois filmes apresentam cenas com paisagens naturais – O menino no espelho e Vinho de rosas. O contato íntimo com o meio natural em sua totalidade, ou seja, sem modificações, é perceptível nessas duas narrativas, que apresentam cenas gravadas em rios e cachoeiras.

A escolha dos diretores por locações mineiras, nas quais as paisagens naturais não revelassem a interferência de ações humanas pode estar relacionada com o fato de os dois filmes supracitados serem ambientados em épocas passadas (1930 e 1804, respectivamente), uma vez que as atividades antrópicas tendem a aumentar com o passar dos anos. Nota-se, na figura 1, abaixo, que o filme O menino no espelho recorre à natureza. Os diferentes elementos que compõem esta paisagem contribuem para conferir uma atmosfera bucólica à trama, que remonta a um passado longínquo.



FIGURA 1:
Paisagem natural

Fonte: Frame do filme O menino no espelho (2014).

Como representado na figura 1, a natureza e seus elementos físicos, por si só, não são compreendidos como paisagem. O que constitui uma paisagem é a relação do contexto com o ser humano, e a forma como é percebida por ele (Yázigi, 2002). A paisagem natural está em constante transformação, mas emerge do diálogo e interação entre natureza e ser humano e será entendida, de forma singular, de acordo com cada grupo social, considerando o tempo e o espaço (Abreu, 2017).

É possível identificar, em oito dos dez filmes analisados na pesquisa, cenas filmadas em meio à natureza. Como elas apresentam modificações decorrentes de ações humanas, não são consideradas paisagens naturais, mesmo que a natureza seja contemplada nas cenas. As paisagens artificiais, sob distintos matizes, predominam nos filmes analisados, e serão aqui abordadas considerando dois enfoques: paisagens rurais e paisagens urbanas.

As paisagens rurais, como já discutido, dizem respeito àquelas que apresentam condições naturais, porém são passíveis de modificações e interferências decorrentes das atividades humanas, que vão desde a agricultura até a urbanização, sendo a própria construção de estradas um exemplo nesta direção (Galvão & Vareta, 2010). Embora sejam semelhantes a paisagens naturais, as paisagens rurais se diferenciam delas: por meio de um olhar mais atento, é possível identificar as intervenções humanas.

No documentário *Estrada real da cachaça*, por exemplo, nota-se a presença de paisagens rurais em confluência com as atividades humanas, revelando modificações perpetuadas nos distintos lugares filmados. Ao contar a história da cachaça relacionada ao povo mineiro, essa obra audiovisual exhibe inúmeras cenas gravadas em zonas rurais que colocam em realce o cotidiano da população. Outras cenas foram filmadas nas plantações de cana-de-açúcar, um cultivo que é imprescindível para a estruturação da cadeia produtiva referente à produção/consumo da cachaça.

O referido documentário, dessa forma, coloca em evidência o entrelaçamento da paisagem com as intervenções e produções das comunidades: “Cachaça, ‘cê’ mexe com o solo, mexe com plantio, tem que saber fazer a colheita” (Depoente, *Estrada real da cachaça*). Esta declaração ratifica, assim, a constituição da paisagem como resultado da “[...] combinação dinâmica de elementos físicos, biológicos e antrópicos” (Fajardo, 2010, p. 1). E, por sê-lo, o documentário enfatiza a relação dos sujeitos com a paisagem, onde o cultivo do solo representa, por um lado, as formas de sobrevivência encontradas por estes sujeitos. Por outro lado, representa os aspectos culturais e as práticas inerentes às comunidades retratadas.



FIGURA 2:

Intervenção humana na paisagem: o trabalho em plantações de cana-de-açúcar

Fonte: Frame do filme-documentário *Estrada real da cachaça* (2008).

As singelezas e as precariedades apresentadas neste documentário são um testemunho da abundância cultural permeada por histórias, memórias e valores, também associados às misérias do sertão mineiro, protagonizadas pela seca do lugar. Como essas características nem sempre são realçadas nas telas do cinema, constata-se o cuidado do documentário em registrar as peculiaridades de regiões mineiras. É possível constatar, também, as mazelas sociais e condições subumanas vivenciadas por sujeitos, que, muitas vezes, são esquecidos e invisibilizados socialmente. Alguns desses aspectos são evidentes nas paisagens difundidas por esta obra audiovisual.

Outro elemento bastante destacado na paisagem dos filmes analisados são as montanhas mineiras. Além de estarem relacionadas a paisagens rurais, elas também estão incluídas nas paisagens urbanas retratadas na cinematografia da pesquisa. Com exceção do filme *O contador de histórias*, as montanhas marcam presença de forma majoritária nas produções apoiadas pelo Programa Filme em Minas, que foram estudadas nesta pesquisa.

Cabe pontuar que, no ano de 2017, o Observatório do Turismo de Minas Gerais realizou uma investigação objetivando conhecer o perfil dos turistas do Estado. Na coleta de dados, uma pergunta feita aos turistas chama a atenção por estar relacionada à imagem do destino: “Qual é a primeira imagem que vem à sua cabeça quando se fala em Minas Gerais?”. Nas respostas obtidas, as montanhas mineiras só perdem para o famoso pão de queijo, sendo a segunda imagem mais lembrada quando se pensa em Minas Gerais. Esse resultado coincide, assim, com o conteúdo retratado em muitas paisagens das obras audiovisuais apoiadas pelo PFM.

TABELA 1:
Imagens mais associadas ao Estado de Minas Gerais

Imagem de Minas Gerais		
Respostas dos entrevistados	Frequência	%
Pão de queijo	902	12,12
Montanhas	740	9,95
Gastronomia	640	8,12
Queijo	511	6,87
Hospitalidade	411	5,52

Fonte: Observatório do Turismo, 2017.

Como visto, a concentração populacional figura como uma diferença entre áreas rurais e urbanas, enquanto aquelas de perímetro urbano são marcadas pela concentração populacional e pelas construções arquitetônicas, e as rurais são caracterizadas pela dispersão (IBGE, 2017).

Para além de evidenciar essa diferença, nota-se que as montanhas mineiras são retratadas de forma distinta nas duas paisagens a seguir (figuras 3 e 4). Na primeira, observa-se as montanhas ao fundo da cidade de Serro/MG, local onde foram realizadas as filmagens da narrativa O segredo dos diamantes. Contornando o perímetro urbano, além das montanhas, essa paisagem realça as construções e a arquitetura predominante na parte histórica dessa cidade. Contrastando com a primeira imagem, na segunda paisagem, registrada pelo filme O palhaço, é possível ver a zona rural da cidade identificada, no filme, como Passos/MG. A natureza e a ausência de edificações são destacadas, sinalizando o predomínio de grande extensão de terra e a baixa densidade populacional (IBGE, 2017).



FIGURA 3:
Montanhas presentes em paisagem urbana
Fonte: Frame do filme O segredo dos diamantes (2014).



FIGURA 4:
Montanhas presentes em paisagem rural
Fonte: Frame do filme O palhaço (2011).

Concernente à paisagem urbana, esta é retratada de distintas maneiras pelas obras audiovisuais do Programa Filme em Minas analisadas nesta pesquisa. Nas narrativas filmicas, as paisagens urbanas englobam a capital do Estado, Belo Horizonte, sendo possível identificar algumas cidades interioranas, como Passos e Caratinga, assim como as cidades históricas de Ouro Preto, Mariana, Serro e Congonhas. O conjunto de filmes analisados evidencia o destaque conferido a Belo Horizonte, devido ao fato de ter sido escolhida como cenário e enredo para seis filmes: O contador de histórias, Sonhos e desejos, Baronesa, A cidade onde envelheço, O segredo dos diamantes e O menino no espelho.

Nestas cinematografias, as paisagens urbanas exploram várias nuances da capital mineira, abrangendo alguns atrativos turísticos consagrados na cidade, a exemplo do Parque Municipal, ponto turístico reconhecido em Belo Horizonte, que foi contemplado em cinco dos seis filmes citados. Além disso, estas produções mergulham na história e na vida sociocultural da população belo-horizontina, materializada nas edificações, ruas, nos prédios históricos e nas práticas cotidianas dos moradores, desvelando-se, desse modo, as incontáveis intervenções e ações sócio-político-culturais humanas no tecido urbano paisagístico do município (Campos, 2017).

Baronesa é o único filme que não incluiu cenas rodadas no referido parque, não apresenta paisagens que mostram as áreas centrais ou privilegiadas da cidade, tampouco seus tradicionais atrativos turísticos. A proposta desta obra é, justamente, destacar o outro lado da paisagem urbana de Belo Horizonte: a periferia, área invisibilizada, tanto pelas produções audiovisuais, quanto pelo turismo, assim como as pessoas que vivem nesses locais, que são igualmente invisibilizadas. Vale ressaltar que este longa-metragem de ficção contou com um elenco formado por não-atores, que residiam no bairro Juliana. Ao retratar esse bairro periférico, bem como a ocupação urbana no seu entorno, o filme ressalta a precariedade material deste contexto, com imagens que denunciam o cotidiano da realidade “nua e crua” de favelas.

Porém, vale lembrar a superficialidade da visão tradicional da favela que circula em nosso meio. Por certo, nela imperam a precariedade material, a insegurança e diferentes tipos de violências. Por outro lado, há também redes de solidariedade e sociabilidade, constituição de vínculos identitários laços afetivos e sociais, e uma admirável capacidade de encontrar soluções criativas para os problemas coletivos que os moradores enfrentam no dia a dia, o que nem sempre é considerado quando se pensa em favelas (Gomes & Font, 2019). É válido acrescentar que além de Baronesa, as periferias da capital mineira estão presentes nas paisagens retratadas pelos filmes O contador de histórias e O cineasta.

Na figura 5, a seguir, a personagem Andrea contempla a paisagem do entorno onde reside, após a perda de uma pessoa próxima (personagem Negão). Esta é uma cena considerada relevante pela seguinte razão: a paisagem urbana da periferia da capital mineira é marcada pela desigualdade e pelo descaso do poder público, sendo perceptível a pobreza material daquele local, em contraste com as edificações que podem ser visualizadas, na imagem, ao final do horizonte. Além disso, a paisagem revela como a periferia é afastada do centro da cidade, captada na parte superior e mais distante da imagem.



FIGURA 5:
Paisagem urbana em contexto de periferia
Fonte: Frame do filme Baronesa (2018).

O filme Baronesa representa os inúmeros bairros periféricos e as ocupações urbanas que, em sociedades desiguais como o Brasil, são esquecidos e negligenciados pelas políticas públicas. O turismo, em geral, realça as partes centrais e privilegiadas das cidades e ignora os contextos mais precários, reforçando imaginários sociais acerca dos destinos.

Alguns autores (Meneses, 2004) consideram que, em determinados lugares, o turismo tem o potencial de estimular a economia local, até mesmo em favelas. Entretanto, frequentemente o turismo acaba excluindo uma parcela significativa da sociedade e, com isso, não contribui para uma melhoria na qualidade de vida das comunidades locais. Sobre esse aspecto, Gomes e Font (2019) esclarecem que, na prática, permanecem as contradições do sistema social hegemônico, pois os turistas são tidos como mais importantes e merecedores de maior atenção por parte da sociedade, do Estado e do setor turístico, uma visão que precisa ser superada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo e a paisagem estão entrelaçados, sendo essa última compreendida como imagem representada pelo sujeito que vê. Por meio de diferentes obras de arte, como as produções cinematográficas, as paisagens projetadas nas telas são capazes de despertar o interesse das pessoas em conhecer determinadas localidades (Castro, 2002). Independentemente de ser natural ou artificial, a paisagem é reconhecida como um potente atrativo turístico. O ser humano, quando é impulsionado a deslocar-se no anseio de quebrar seu cotidiano, vislumbra na paisagem o primeiro elemento referencial de mudança (Ferrara, 2002).

Estudar uma paisagem real ou representada significa, no fundo, estudar uma percepção subjetiva guiada por códigos culturais determinados. Por isso, é essencial ir além da própria paisagem, como se fosse um exercício de Raio X que permite identificar os traços peculiares da vida social e cultural ali presentes (Besse, 2014). Numa paisagem, a relação observado/observador consiste em um processo cognitivo, mediado por valores simbólicos, que perpassam um determinado contexto e que são representativos do imaginário social daquele lugar (Barbosa Junior, Amaral & Messias, 2017).

Tendo em vista esses fundamentos, a presente pesquisa buscou compreender de que maneira as paisagens mineiras foram retratadas em filmes realizados com o apoio do “Programa Filme em Minas”, visando a identificar o seu potencial para estimular o turismo cinematográfico no Estado.

As análises empreendidas nesta pesquisa evidenciaram que oito dos dez filmes analisados apresentam cenas rodadas na natureza, cabendo ressaltar, todavia, que apenas dois deles contemplam paisagens naturais, ou seja, que não permitem constatar possíveis modificações humanas. As montanhas, um ícone do estado de Minas Gerais, receberam destaque nas produções audiovisuais apoiadas pelo PFM, sendo retratadas em nove obras que contemplam paisagens naturais e urbanas.

As mais diversas paisagens urbanas foram retratadas, sejam em áreas rurais, municípios interioranos ou cidades históricas. Belo Horizonte foi exibida em mais da metade das produções audiovisuais. Das cenas filmadas na capital mineira, não apareceram apenas os pontos turísticos convencionais, mas também regiões periféricas da cidade, colocando em evidência suas mazelas e precariedades materiais. Portanto, fica evidente a pluralidade e a riqueza das paisagens do Estado de Minas Gerais que foram exibidas pelos filmes apoiados pelo programa.

Embora a trama de alguns filmes seja caracterizada por viagens motivadas pelo lazer, dando ênfase a paisagens típicas de Minas Gerais (*O segredo dos diamantes* e *O contador de histórias*), ou ao deslocamento intermunicipal e interestadual de pessoas por motivos diversos (*O palhaço*; *O menino no espelho*; *Vinho de rosas*; *Estrada real da cachaça* e *Sonhos e desejos*), esses aspectos foram pontuais nas narrativas.

Com relação aos locais em que os filmes foram rodados, sete das dez obras audiovisuais analisadas os indicam na própria narrativa fílmica: *Baronesa e A cidade onde envelheço* (Belo Horizonte atual), *O menino no espelho* (Belo Horizonte, ambientada na década de 1930); *Sonhos e desejos*, *O contador de Histórias* (Belo Horizonte retratada na década de 1970); *O palhaço* (placas na estrada ou diálogos entre as personagens indicaram alguns dos municípios mineiros visitados), *Estrada real da cachaça* (este documentário contém legendas identificando os diferentes locais filmados, tais como Januária, Mariana, Morro Vermelho e Milho Verde).

Já nas demais obras audiovisuais, informações obtidas na ficha técnica ou nas críticas de cada filme permitiram identificar suas respectivas locações. O cineasta foi rodado em Caratinga-MG. A locação do filme *O menino no espelho* foi identificada em uma entrevista concedida pelo diretor do filme, Guilherme Fiúza. No making of do filme, disponibilizado pelo YouTube, o diretor explica os motivos da escolha de Cataguases-MG para representar Belo Horizonte dos anos 30, vinculados ao fato de a cidade ser bem arborizada e ter uma arquitetura conservada, capaz de remeter àquela época.

Quanto ao filme *O segredo dos diamantes*, segundo o cineasta Helvécio Ratton, a trama poderia se passar em qualquer uma das cidades históricas mineiras, mas a escolha da cidade de Serro-MG e seus distritos Milho Verde e São Gonçalo, justifica-se por ser pouco explorada em termos de locação, com raras produções gravadas neste destino.

Do ponto de vista do turismo cinematográfico, seria relevante se a narrativa fílmica identificasse o(s) local(is) em que a obra foi filmada – por exemplo, incluindo essa informação nos créditos finais. Mesmo que as produções audiovisuais não tenham o compromisso de fomentar o turismo, esse detalhe acabaria divulgando as locações escolhidas para cada filme.

Dentre as paisagens urbanas, além de Belo Horizonte, nas produções analisadas foram destacadas algumas cidades históricas. O documentário *Estrada real da cachaça* contempla a cidade de Mariana-MG, *Sonhos e desejos*, *Ouro Preto-MG* e *Congonhas-MG*, e *Vinho de rosas* foi ambientada na antiga cidade de Vila Rica, atual Ouro Preto, onde as filmagens foram realizadas.

O segredo dos diamantes é um filme gravado na cidade do Serro e nos distritos Milho Verde e São Gonçalo, mas um fato a ser pontuado se refere à cena realizada no interior da igreja ter sido filmada em outra cidade histórica: Sabará-MG. Helvécio Ratton, o diretor desta obra, explica o porquê desta escolha: “Quando estávamos no Serro, a igreja estava sendo reformada. E eu queria uma sacristia bem bonita, uma

catedral daquela toda pintada de ouro, não para localizar geograficamente, mas para causar uma impressão. Para entrar numa máquina do tempo, como falam no filme” (Ratton, 2014).

Outro exemplo a ser ressaltado é O palhaço. Trata-se de um filme de estrada (road movie) e, como tal, dedicado à transformação vivida, naquele percurso, pelo personagem de Selton Mello que protagoniza a narrativa. Os filmes de estrada podem aproveitar o potencial dos lugares percorridos: no caso deste filme, as belas paisagens interioranas, os locais percorridos pelo grupo e as práticas sociais próprias das culturas locais.

Essas observações sobre as obras audiovisuais apoiadas pelo Programa Filme em Minas evidenciam que, no contexto mineiro (e no brasileiro também), a sinergia entre o turismo e o audiovisual ainda não é explorada em profundidade. Por isso, é mister ampliar as articulações entre universidades, secretarias, agências e órgãos de turismo e de cultura.

Torna-se relevante, também, a atuação de Film Commissions, que são essenciais para atrair mais filmes rodados em determinados locais. Film Commissions são birôs públicos, privados ou de composição mista, encarregados de centralizar informações sobre filmagens numa região, com o objetivo de facilitar o trabalho de produtores e, ao mesmo tempo, promover o potencial da região no meio audiovisual (Brasil, 2008, Campos, Gomes & Fonseca, 2020). Uma Film Commission pode contribuir com esse processo à medida que auxilia os órgãos de cultura responsáveis pelo setor audiovisual (que muitas vezes concedem apoio a filmes por meio de editais públicos), a se aproximar e a dialogar com as secretarias de turismo. Quando essa parceria envolve instituições formativas, comprometidas com atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária, fica ainda mais interessante e promissora (Gomes, 2019).

A articulação entre o cinema e o turismo pode ser potencializada por meio de diferentes iniciativas: valorização de paisagens reais ou representadas, promovendo e identificando a região e os locais filmados; fazer making of para registrar cenas filmadas em determinados locais, depoimentos do elenco e de pessoas da região; assessoria de imprensa para divulgar não só o filme, mas também aquele destino; parcerias com operadoras de turismo para incentivar a estruturação de roteiros temáticos, entre outras possibilidades (Brasil, 2008). Em suma, contribuir com a divulgação de um filme, direta ou indiretamente, acaba promovendo uma região (Gomes et al., 2018).

Concluindo, as análises realizadas evidenciaram que a maioria dos filmes selecionados nesta pesquisa têm potencial para promover, direta ou indiretamente, o turismo em Minas Gerais. A sinergia turismo/ audiovisual é muito enfatizada na produção teórica sobre turismo cinematográfico, mas ela só será alcançada na medida em que ocorrerem investimentos bilaterais, e que essa parceria faça sentido para os envolvidos. No caso de Minas Gerais, as antigas secretarias de cultura e de turismo deste Estado foram reunidas em uma única pasta (Secretaria de Estado de Cultura e Turismo - SECULT), tendo potenciais contribuições a gerar para ambos os setores.

REFERÊNCIAS

- Abreu, A. A. (2017). Significados semânticos da paisagem: paisagínario, paisageria, paisagelogia. *Revista do Departamento de Geografia Universidade de São Paulo*, 33, 144 - 156.
- Aertsen, V. U. (2011). El cine como inductor del turismo. *La experiencia turística en Vicky, Cristina, Barcelona. Razón y Palabra*, 77, 1-24.
- Andrade, C. D. (1992). *Carlos Drummond de Andrade: poesia e prosa*. (8 ed.) Rio de Janeiro: Nova Aguilar.
- Bernadelli, M. L. F. H. (2010). Contribuição ao debate sobre o urbano e o rural. In: Spósito, M. E. B., & Whitacker, A. M. (Org.). *Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural*. (2 ed.) São Paulo: Expressão Popular.
- Barbosa J., D. V. Amaral & C. S. Messias, P. (2017). A necessidade do observador e do ponto de vista na compreensão da paisagem urbana. *Revista Nacional de Gerenciamento de Cidades*. São Paulo, 5(30), 83-89.
- Beeton, S. (2011) Tourism and the moving image: incidental tourism promotion. *Tourism Recreation Research*, 36(1), 49-56.

- Beeton, S. (2005). *Film-Induced Tourism*. Clevedon/United Kingdom: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2001). Smiling for the camera: the influence of film audiences on a budget tourism destination. *Tourism, Culture & Communication*, 3(1), 15-25.
- Besse, J. M. (2014). *O gosto do mundo: exercícios de paisagem*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Buranello, R. (2018). *Manual do Direito do agronegócio*. São Paulo: Saraiva Educação.
- Butler, R. W. (1990) The influence of the media in shaping International tourist patterns. *Tourism Recreation Research*, 15(2), 46-53.
- Campo, L. R., Brea, J. A. F. & González, E. (2014) El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 159-171.
- Campos, J. C. (2017) *Estudo de Paisagem Volume III. A paisagem urbana histórica como valor de projeto urbano*. Lisboa: Editora Instituto de História Contemporânea da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Campos, J. L., Gomes, C. L. & Fonseca, J. L. (2020). Atuação das Film Commissions da Região Sudeste do Brasil: Interfaces com o Turismo Cinematográfico. *Marketing & Tourism Review*, 5(1).
- Castro, I. E. (2002). Paisagem e Turismo. O paradoxo das cidades brasileiras. In: Yázigi, E. (org). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 1, 121-140.
- Claval, P. A. (2014) *Geografia Cultural*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- Collot, M. (2013). *Poética e filosofia da paisagem*. Rio de Janeiro: Oficina Raquel.
- Cullen, G. (1983) *Paisagem urbana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Fajardo, S. (2010). Considerações sobre o espaço rural a partir do enfoque econômico da paisagem e do território. *Caminhos de Geografia*, 11, 225-234.
- Ferrara, L. D. (2002) Os Lugares Improváveis. In Yázigi, E. (Org.). *Turismo e Paisagem*. São Paulo: Contexto, 1, 65-82.
- Fiúza, G. (2014). *O menino no espelho. Capítulo - 1*. Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UCU6vV5RinZuvx-msFeDSR2Q>.
- França, A. M. (2019). Paisagem e natureza na arte contemporânea: ressignificação do espaço e experiência da obra. *Revista online do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Pontifícia Universidade Católica*. Rio de Janeiro, 5(8), 2-12.
- Galvão, J. & Vareta, D. N. (2010). A multifuncionalidade das paisagens rurais: uma ferramenta para o desenvolvimento. *Cadernos curso de doutoramento em geografia Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Portugal, 2(6), 61-86.
- Gomes, C. L. (2019). Lazer e cinema: Simbolismos e representações de gênero no filme “Boi Neon”. *Licere*, Belo Horizonte, (22)2, 193-217.
- Gomes, C. L. & Font, J. (2019). El turismo en las favelas brasileñas: un aporte al ocio como factor de Desarrollo Humano u objeto de explotación social? In: Doistua, J. & Romero, S. (Org.). *Ocio y desarrollo humano: Aportaciones científicas y sociales*. Bilbao: Universidad de Deusto, 155-167.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2014). *Manual da base territorial*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017). Classificação e caracterização dos espaços rurais e urbanos do Brasil: uma primeira aproximação. Estudos e pesquisas. Informação geográfica. Rio de Janeiro: IBGE.
- Jafari, J. (2003). *Retracing and mapping tourism's landscape of knowledge*. Harvard Review of Latin America.
- Kunz, J. G. & Castrogiovanni, A. C. (2020). Concepções de paisagem em estudos de imagem de destinos: uma revisão desde a Geografia Humanista-Cultural. *Marketing & Tourism Review*, 5(1).
- Laville, C. & Dionne, J. A. (1999) construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciência humanas. *Revisão técnica e adaptação da obra*. Siman, L. M. (Org). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Meneses, J. N. C. (2004). *História e Turismo Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Nascimento, F. M. (2009). *Cineturismo*. São Paulo: Aleph.

- Nelli, R., Reggent, F. & Todesco, R. (2014). Cinema e turismo in Italia: Una prospettiva psicologica di analisi della scelta della vacanza. *Rapporto di ricerca*, 1, 1-10.
- Observatório do Turismo de Minas Gerais (2017). *Pesquisa de demanda turística Minas Gerais*. Minas Gerais: Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais.
- Pires, M. C. (2017). Das Viagens dos Cientistas no Século XIX aos Modernistas: a Mineiridade e o Despertar do Turismo das Cidades Históricas de Minas Gerais, *Brasil Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 9(3), 405-416.
- Ratton, H. (2014). Entrevistado por Daniel Oliveira. Pampulha Almanaque. *Jornal O Tempo*. Recuperado de <https://www.otempo.com.br/pampulha/almanaque/mineiridade-pura-em-o-segredos-dos-diamantes-1.963540>.
- Riley, R., Baker, D. & Van Doren, C. S. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919 -935.
- Santos, M. (1988) *Metamorfoses do espaço habitado, fundamentos Teórico e metodológico da geografia*. São Paulo: Hucitec.
- Yázigi, E. (2002). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto.

NOTAS

CONTRIBUIÇÃO DE CADA AUTOR NA CONSTRUÇÃO DO ARTIGO **Christianne Luce Gomes:** Concepção do objeto e da metodologia, pesquisa bibliográfica, análise filmica, discussão de resultados, redação do artigo e conclusões.
João Lucas de Almeida Campos: Pesquisa bibliográfica, análise filmica, discussão dos resultados, redação do artigo e conclusões.
Joyce Kimarce do Carmo Pereira: Pesquisa bibliográfica, análise filmica, discussão dos resultados, redação do artigo e conclusões.

Nota: Este artigo foi apresentado oralmente no XVII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo – ANPTUR –, submetido no sistema Fast Track e avaliado no processo Double-blind Review da revista Turismo: Visão e Ação.