



# CINEMA E GEOGRAFIA – POSSIBILIDADES DE UM DIÁLOGO: O USO DE FILMES COMO METODOLOGIA ALTERNATIVA PARA O ENSINO-APRENDIZAGEM

João Paulo da Silva Marinho<sup>1</sup>

ueg.joaopaulo@gmail.com

Rafael Ribeiro dos Santos<sup>2</sup>

rafaelribeiro.geografia@gmail.com

## Resumo

*O Ensino de Geografia no decorrer de sua história, antes mesmo de sua sistematização, passou por uma série de reestruturações. É preciso levar em consideração todo o seu processo de evolução, do surgimento aos modos de como este ensino está organizado nos dias de hoje. No que tange a prática de ensino, partimos do pressuposto do uso de metodologias alternativas como recurso para as aulas de Geografia. Portanto, o artigo traz discussões em relação às produções cinematográficas e alguns de seus aspectos que as tornam propícias para serem utilizadas no ensino dos conteúdos geográficos em sala de aula. Para tanto, por meio de pesquisas bibliográficas e documentais, considerando o filme um documento, procura-se discutir sobre algumas questões presentes nos filmes sob um ponto de vista geográfico. Esta pesquisa surgiu a partir do interesse primordial em assistir filmes e identificar suas mensagens entre meio a suas diversas representações que, muitas vezes, se relacionam a área de estudo da Geografia. Portanto, tratamos com maior profundidade os assuntos que dizem respeito à geograficidade dos filmes, e ainda buscamos apontar meios para a identificação deste aspecto nas produções filmicas. Assim, verifica-se que há a existência de uma Geografia dos e nos filmes, além de, por excelência estes serem caracterizados como produtos sociais, isto é, são expressões e “relatos” diretos ou indiretos do momento (histórico, social, cultural e/ou político) em que foram produzidos.*

**Palavras-chave:** Geograficidade, Cinema, Prática social.

## Introdução

As imagens como forma de representar os elementos da realidade sempre fizeram parte da sociedade, desde os seus primórdios, antecederam a qualquer ciência sistematizada. Assim como outras formas de comunicar, as representações imagéticas evoluíram e transformaram-se, permitindo-nos criar registros mais elaborados. Um dos marcos de grande relevância nessa evolução das formas de representação foi o surgimento do cinema, a arte a qual se produz os filmes.

---

<sup>1</sup> Professor de Geografia da Secretaria de Estado da Educação de Goiás (SEDUCE-GO). Especialização em andamento em Ensino de Geografia e Meio Ambiente pela Faculdade Qualis. Graduado em Geografia (licenciatura) pela Universidade Estadual de Goiás (UEG), Unidade Universitária de Anápolis – Ciências Socioeconômicas e Humanas (UnUCSEH).

<sup>2</sup> Mestrando em Ciências Sociais e Humanidades pelo Programa de Pós-Graduação em Territórios e Expressões Culturais no Cerrado (PPG-TECCER) da Universidade Estadual de Goiás (UEG). Graduado em Geografia (licenciatura) pela UEG, Unidade Universitária de Anápolis – Ciências Socioeconômicas e Humanas (UnUCSEH).



A produção de filmes, como outras artes, revela as manifestações da sociedade e as suas percepções sobre a mesma. Dessa forma, os filmes são manifestações de valores, concepções e sentimentos, é, sobretudo, uma linguagem. Hoje (século XXI) pode-se dizer que todos, a partir de meados da década de 1990, cresceram em meio ao fácil acesso às produções cinematográficas. Das programações televisivas vespertinas, às longas esperas noturnas, da imensidão de cliques nos sites de hospedagem de filmes, às eternas horas no sofá de casa, consumir produtos cinematográficos tem sido um ato praticado religiosamente pela população mundial.

Com base no exposto, busca-se apresentar os pressupostos teóricos acerca do cinema e de suas produções. Além disso, um dos propósitos do artigo é demonstrar, de forma clara, como a Geografia está presente nos filmes e como estas produções cinematográficas nos apresentam a sua geograficidade, mesmo sendo produzidas em um espaço restrito/específico, ou se apropriando do mesmo para construir suas narrativas. Nesse sentido, identifica-se uma Geografia nos/dos filmes, isto é, a apresentação de espaços, lugares, territórios, paisagens e metáforas que nos possibilitam analisar e identificar a intrínseca relação entre a Geografia e as produções cinematográficas. Assim, torna os filmes passíveis de serem utilizados como metodologia alternativa para trabalhar determinados conteúdos geográficos em sala de aula.

Para tanto, a problemática central do trabalho é a de verificar e aprofundar a questão do cinema, apresentando-o como uma linguagem e também uma prática social, assim, procurando aprofundar detalhadamente em como os filmes são utilizados para influenciar pessoas, construindo ideias, criando estigmas e legitimando ações. Nesse sentido, destaca-se como objetivo, entender o cinema para além da arte, mas sim como um produto de determinados contextos que certamente externalizaram, por meio das representações, opiniões, questionamentos, indignações, dentre outras coisas.

### **As relações entre o Cinema e a Geografia**

Para Turner (1997) os irmãos Auguste e Louis Lumière, em 1895, foram os primeiros a projetar um filme para uma plateia. Acreditavam que seus trabalhos seriam direcionados para a pesquisa científica e não apenas o entretenimento. Os primeiros filmes não possuíam roteiros, eram imagens do cotidiano, posteriormente, os irmãos Lumière procuravam gravar em diferentes continentes, mostrando a realidade enquadrada pela imagem em movimento. A produção de filmes com fins comerciais teve início na França. Os franceses permaneceram no topo do mercado



cinematográfico internacional até a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) (TURNER, 1997). Com o enfraquecimento econômico das indústrias europeias (francesa, alemã, italiana) os Estados Unidos da América (EUA) passaram a dominar o mercado de produção cinematográfica. Conforme o autor supracitado, no período de transição entre 1915 a 1916 a exportação de obras norte americana teve um expressivo crescimento de 400%, até o final da guerra eram produzidos 98% das produções exibidos na América e 85% dos produtos mundiais.

Os filmes, desde a sua disseminação são utilizados para diversos fins, contudo, o filme tem como maior princípio o de passar alguma mensagem. Diante do exposto, há uma necessidade teórica de se definir o que seria então um filme. De acordo com Viana (2012, p. 19);

Um filme é uma produção coletiva (da equipe de produção) que possui caráter ficcional e que repassa uma mensagem (valores, concepções, sentimentos) através de meios tecnológicos de reprodução (o cinematógrafo), que por sua vez, produzem imagens, diálogos, acontecimentos, possibilitando a montagem. Um filme é constituído socialmente, isto é, a sua mensagem, a sua forma, é um produto social, de uma determinada época e lugar.

Desse modo, é possível reconhecer a dimensão social dos filmes, assim podemos afirmar que os filmes são produtos sociais de determinados lugares e épocas. Também cabe ressaltar que as produções cinematográficas são cercadas de influências dos próprios produtores, diretores e roteiristas, que por meio dos filmes expressam seus sentimentos concepções e valores (VIANA, 2012). Tais características fazem parte da mensagem de um filme que é, de acordo com Viana (2012, p. 21), “[...] uma expressão figurativa da realidade, porquanto expressa uma determinada percepção da realidade, seja ela qual for”. Nesse sentido, os filmes estão para além do comércio e entretenimento, podem ser usados como fonte de pesquisa das mais diversas áreas, tais como a História, Sociologia, e claro, na Geografia, que é o centro principal de discussão nesse trabalho.

A produção de cinema, como outras artes, revela as manifestações da sociedade e as percepções sobre a mesma. Dessa forma, os filmes versam sobre manifestações de valores, concepções e sentimentos (VIANA, 2012). Diante do entendimento que o filme (mesmo que seja de ficção) é um produto das concepções sociais que seus produtores o atribuem, logo se sabe que este carrega certo grau de geograficidade. Se a Geografia refere-se ao campo do conhecimento, a geograficidade refere-se aos fenômenos ou discursos que assumem caráter geográfico; falar que certo filme possui geograficidade é reconhecer que o mesmo é passível de uma análise geográfica (BLUWOL, 2008). Para Moreira (2011, p. 40) “o que é representado na tela, e a realidade na qual um



filme foi inspirado, reside na utilização coerente de certos elementos espaciais e certos fundamentos geográficos”.

Harvey (1992) afirma que o filme trata-se de uma espécie de espelho do nosso tempo, e este está condicionado/restrito a uma espacialidade. Para o autor, “o confinamento do filme a uma tela sem profundidade e a um cinema, é um lembrete de que também ele é restrito pelo espaço de algum modo curioso” (HARVEY, 1992, p.192). É possível então identificar a presença de uma Geografia nos/dos filmes, isto é, a apresentação de um espaço, lugares, territórios, paisagens e metáforas que nos possibilitam analisar e identificar a intrínseca relação entre a Geografia e as produções cinematográficas (OLIVEIRA JÚNIOR, 2005). De acordo com Farias (2005), o cinema se apropria do espaço geográfico, ou o cria, para construir novas narrativas.

Ao referir-se sobre a capacidade cinematográfica de ilustração da realidade, Harvey (1992, p. 272) afirma que “[...] dentre todas as formas artísticas, ele tem talvez a capacidade mais robusta de tratar de maneira instrutiva de temas entrelaçados do espaço e do tempo”. Para o autor as diversas narrativas (realidades) e o cinema acabam se confundindo no mundo pós-moderno, marcado pelas relações e demarcações de poder, possibilitados pelas imagens, pelos discursos e mensagens que fazem parte de sua composição. Para Moreira (2011) os discursos e as mensagens no cinema nos são apresentados de forma mais ou menos explícita, essa variação vai depender de cada produção, e das intencionalidades de seus produtores.

Em linhas gerais, Harvey (1992) aponta os filmes como um espaço de discursos e mensagens, as quais podem nos apresentar noções geográficas, isto é, mesmo que seja a partir de diálogos os filmes podem nos apresentar possibilidades de análise geográfica, amparados em sua geograficidade. Com base nessa discussão, Bluwol (2008) ressalta que para analisar filmes do ponto de vista geográfico é preciso que não busquemos conceitos/informações explícitas sobre assuntos do campo de saber geográfico. Assim, conforme o autor;

Ler um filme geograficamente é, portanto, mais que procurar nele conteúdos comumente trabalhados por geógrafos. É entendê-lo como dotado de geograficidade. É perceber sua espacialidade e tentar entender seus significados [...] há significados pretendidos pelo diretor no modo como construiu a espacialidade de seu filme. Estes significados é o que chamo de *geograficidade filmica* (BLUWOL, 2008, p. 2, grifo do autor).

Conforme exposto, fica claro que as produções cinematográficas, em especial aquelas advindas de grandes produtoras mundiais, não produzem filmes geográficos, contudo, o que se pode fazer é atribuir geograficidade ao mesmo. Assim, é possível afirmar que as produções de



cinema “estão a serviço” também das intencionalidades daqueles que estão assistindo. Assim, corroborando com Bluwol (2008), Moreira (2011, p. 90) destaca que o foco de análise “[...] não é a busca de verossimilhança dos filmes com a realidade, mas sim, quais os discursos e os sentidos geográficos que essas obras mobilizam no espectador, de que maneira este processo pode influir em sua forma de ver e agir em seu espaço geográfico”.

Quando nós (geógrafos) nos propomos a analisar um filme, logo, não estamos falando em uma busca de conceitos geográficos pré-estabelecidos, mas sim de análises dos discursos que possam ter um viés geográfico. Farias (2005) também defende que quando fazemos uma análise geográfica de um filme não há necessidade que busquemos por conceitos estáticos, contudo, a autora revela que há duas categorias essenciais para fazermos uma análise geográfica dos filmes; lugar e paisagem. Farias (2005) nos chama a atenção que para relacionar filmes aos conteúdos geográficos é preciso que façamos a decodificação das paisagens apresentadas pela película. Nesse sentido, Oliveira Júnior (2005, p. 32) destaca que “é preciso pesquisar as imagens e sons para descobrir onde elas nos geraram o sentido que nos ficou, o território no qual localizamos os personagens, a geografia na qual estes vivem e agem”.

Os filmes não são exatamente uma fonte explícita de análise ou forma de tradução do real, para tanto, é preciso que identifiquemos a Geografia a qual ele está inserido (OLIVEIRA JÚNIOR, 2005). As produções cinematográficas, como destaca Neves (2010), estão para além da realidade, pois apresentam novas formas de organização e articulação espacial, que narram os acontecimentos a partir de uma ótica própria (lê-se a intencionalidade dos produtores).

O filme é uma imagem em movimento, essa por sua vez representa valores axiológicos<sup>3</sup> que contribuem para internalizarmos nossa visão sobre determinadas realidades, a realidade é um caleidoscópio de relações espaciais e temporais. Chaui (2000, p. 428) afirma que o mesmo tem a capacidade de “[...] tornar presente o ausente, próximo o distante, distante o próximo, entrecruzando realidade e irrealidade, verdade e fantasia, reflexão e devaneio”. Dessa forma, para identificarmos uma geograficidade devemos estar atentos às mensagens que o mesmo apresenta. Talvez não exista, ou raros são os filmes que vão tratar a realidade tal como ela é, portanto, assistir

---

<sup>3</sup> Axialógico é um termo que se refere a tudo aquilo que tem caráter de um valor ou que constitui uma axiologia, isto é, os valores predominantes em uma determinada sociedade (SANTOS, 2017).



um filme por si só sem tentar decodificá-lo geograficamente de nada acrescentará à ciência geográfica e ao processo de ensino-aprendizagem.

### **O cinema como prática social e axiológica**

As produções e as reproduções cinematográficas abriram a possibilidade de veiculação de informações e concepções/noções que seus produtores tinham/tem sobre a sociedade (VIANA, 2012). Nesse sentido, é importante lembrarmos que os filmes tratam-se de uma composição de múltiplas linguagens, que de acordo com Chauí (2000, p. 116), é graças a essas linguagens que “[...] trocamos ideias e opiniões, pensamos de modo muito parecido e os meios de comunicação garantem a manutenção dessas semelhanças”.

Sabe-se que para analisar ou mesmo compreender uma obra cinematográfica é preciso recorrer a ela partindo do pressuposto que a mesma está nos transmitindo ideias por meio de diversos recursos linguísticos (imagens, sons, etc...). Mas afinal, o que de fato é a Linguagem? Pois bem, “a linguagem é um sistema de signos ou sinais usados para indicar coisas, para a comunicação entre pessoas e para a expressão de ideias, valores e sentimentos” (CHAUI, 2000, p.177). Partindo deste conceito de linguagem, discutiremos a respeito da instrumentalização do cinema como uma prática social, o que é necessário o entendimento de quais são os princípios básicos de um filme.

Viana (2012) apresenta caminhos para entender o que é um filme, e, além disso, trabalha a importância da interpretação correta dos filmes e de sua mensagem. A priori para o referido autor, toda produção cinematográfica possui uma mensagem, e esta mensagem abrange o significado do filme, podendo ser ela intencional e não intencional. Viana (2012, p. 19) revela que mesmo que a produção tenha um caráter ficcional isso não passa de uma forma de representação figurativa da realidade. Nessa perspectiva, pode-se entender que os filmes se tratam de uma representação, definida por Turner (1997, p 48) como o “processo social de fazer com que imagens, sons, signos, signifiquem algo”. As representações nos filmes são carregadas de concepções e informações, é nessas que podemos identificar a mensagem principal do filme, seja ela clara ou apresentada nas suas entrelinhas (ALVES, 2015).

Para Alves (2015) os filmes, quase que instintivamente, fazem o resgate de concepções históricas internalizadas. O diretor/produtor imprime sobre seus filmes simbolicamente lutas pelo poder, situações de dominação entre grupos ou indivíduos. Corroborando com essas ideias, Name



(2010, p. 33) afirma que os “objetos midiáticos reproduzidos maciçamente por todo mundo, como os filmes [...] podem definir e legitimar assimetrias de poder”. Para o autor, esses objetos midiáticos estão sobrecarregados de categorizações hierárquicas e elementos discursivos que não são produtos da imaginação e criatividade de seus autores. Mas sim, o resultado de antigüíssimas práticas coletivas de representação, que atravessam o tempo e o espaço, e permanecem adicionadas ao cotidiano e codificam a leitura do mundo (NAME, 2010). Nesse sentido, podemos entender os filmes como elemento de manutenção e influência de uma prática social e ideológica.

Ao analisar as construções das ideias de civilizado/bárbaro e ocidental/oriental sob o ponto de vista cinematográfico, Alves (2015) chega à conclusão que alguns filmes tem como característica o regaste ou a legitimação de alguns sentimentos como o medo e o ódio. Para a autora, a produção cinematográfica, bem como a ampla indústria cultural, possui “poder” de construir modelos ideológicos e comportamentais. Para Name (2010), trata-se de um equívoco pensar as produções cinematográficas como meras narrativas ideológicas forjadas sem fidelidade ao real. O autor nos conduz a pensar que os filmes e as demais produções audiovisuais unem-se em “colaboração a favor de hierarquizações do mundo através de grupos de representação” (NAME, 2008, p. 104). Percebemos assim, o lado B dos filmes, se anteriormente falamos de suas possibilidades como ferramenta de análise espacial, o percebemos agora, como ferramentas que são utilizadas para o controle e influência de indivíduos.

De acordo com Silva (2016) a indústria cinematográfica Norte-Americana a partir da década de 1970 (quando o terrorismo começava a ganhar espaço nas discussões internacionais) tem investido na criação de um inimigo a ser combatido. Nessa perspectiva Losurdo (2010) ao analisar a questão do terrorismo argumenta que historicamente as culturas do ocidente criam visões estereotipadas em relação ao Oriente-Médio com o fim de justificar suas ações contra os “terroristas”. Nos filmes, essa questão não é diferente, “inimigos da Nação Americana” é, em sua maioria, retratada como sendo povos de outros locais, sobretudo, Oriente Médio.

Um dado divulgado por Coletti (2018) nos chama a atenção. De acordo com o autor “um estudo da MENA Arts Advocacy Coalition (MAAC) aponta que 78% dos personagens do Oriente Médio e do Norte da África que apareceram em séries americanas entre 2015 e 2016 foram retratados como terroristas, espiões, soldados ou ditadores” (COLETTI, 2018, s./p.). A partir desse estudo, é possível dizer que fica claro quais são as concepções que as grandes produtoras Norte-



Americanas têm sobre indivíduos do Oriente-Médio, são explicitamente representados como bárbaros, “inimigos a serem vencidos”. Esse tipo de representação tornou-se mais frequente/explicita após o atentado de 11 de setembro em 2001, com movimento de “caça as bruxas”, deflagrado pelos EUA.

Os filmes trazem discursos produzidos sobre outros discursos, reafirmam, reiteram, discordam ou o polemizam (ALVES, 2015). Assim, o filme trata-se de um meio de veiculação de valores, ideais do mundo o qual está inserido. É com base nos interesses ideológicos dos filmes, que são transmitidos explicitamente sem qualquer forma de receio. Mesmo sabendo das questões ideológicas envolvidas nos filmes, não podemos desconsiderar seu potencial educacional, pois, de acordo com Name (2010, p. 33) essas produções “possibilitam o contato sem haver presença”. Ou seja, no âmbito de sala de aula, tratam-se de recursos que apresentam e ensinam sobre diferentes paisagens, territórios, culturas e grupos sociais aos discentes, claro que com a mediação do professor, o que oportuniza uma vasta gama de possibilidades e discussões temáticas.

### **Considerações finais**

Ao pensarmos nos filmes como um produto resultante das diversas manifestações da sociedade em relação ao contexto histórico vivenciado, e de como as obras cinematográficas abriam a possibilidade de veiculação de informações e percepções acerca dos acontecimentos, vimos que estes possuem vinculações aos conteúdos geográficos. Portanto, a pesquisa se fez importante por demonstrar a necessidade e o potencial da utilização adequada dos filmes como metodologia de ensino e pesquisa em Geografia, a fim, de atender e suprir as dificuldades no entendimento de conteúdos por meio de bibliografias. Nesse processo, teve papel importante a seleção de uma série de referenciais teóricos que conseguiram abarcar a necessidade de propor alguns debates de suma importância para a concretização da presente pesquisa.

Em relação ao uso de filmes na educação, sobretudo, geográfica, destaca-se que a partir de um trabalho docente contextualizado, o filme possibilita e traz contribuições para que os alunos passem a ver a ciência geográfica a partir de um novo ângulo, compreendendo algumas dinâmicas do mundo em que vivem com base em sua realidade e em conexão com outros espaços. Nesse sentido, por meio do filme há a possibilidade de analisar e refletir sobre as questões atuais que os cercam. Com base no que fora exposto, chega-se a conclusão que o filme é um do elemento mais amplo em relação à transmissão de mensagens, nesse sentido, este deve receber certo nível de



atenção mais elevado já que estão a todo o momento sendo produzidos em massa e a disposição dos professores para o uso em sala de aula.

### Referências bibliográficas

- ALVES, Gracilda. Cinema, guerra, civilização e barbárie. In: SILVA, Francisco da; LEÃO, Karl; LAPSKY, Igor (org.). **O cinema vai à guerra**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015, p. 3-17.
- BLUWOL, Dennis Zagher. **Uma Geografia do Cinema**: imagens do urbano. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/12334>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.
- COLETTI, Caio. 78% de personagens do Oriente Médio em séries são terroristas, aponta estudo. Uol Notícias, São Paulo, s./p., 2018. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/09/10/78-de-personagens-do-oriente-medio-em-series-sao-terroristas-aponta-estudo.htm>. Acesso em: 9 jun. 2021.
- FARIAS, Valesca Souza. **Cinema e Geografia**: a idealização do rural. 2005. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Educação e Ciências do Comportamento, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/7997?show=full>. Acesso em: 9 jun. 2021.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1992. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/txt/article/view/10998/7736>. Acesso em: 11 jun. 2020.
- LOSURDO, Domenico. **A linguagem do império**: léxico da ideologia estadunidense. São Paulo: Boitempo, 2010.
- MOREIRA, Tiago de Almeida. Geografias Audiovisuais: Para além das Geografias de Cinema. **GeoTextos**, Departamento de Geografia da UFBA, Salvador, v. 7, n. 2, p. 85-97, jul./dez., 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/geotextos/article/view/5646>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- NAME, Leonardo. **Geografia pop**: o cinema e o Outro. Rio de Janeiro; PUC rio Editora, 2013.
- NAME, Leonardo. **Por uma geografia pop**: personagens geográficos e a contraposição de espaços no cinema. 2008. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: [https://www.academia.edu/313820/Por\\_uma\\_geografia\\_pop\\_personagens\\_geogr%C3%A1ficos\\_e\\_a\\_contraposi%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_espacos\\_no\\_cinema](https://www.academia.edu/313820/Por_uma_geografia_pop_personagens_geogr%C3%A1ficos_e_a_contraposi%C3%A7%C3%A3o_de_espacos_no_cinema). Acesso em: 9 jun. 2021.
- NEVES, Alexandre Aldo. Geografias do Cinema: do espaço geográfico ao espaço fílmico. **Entre Lugar**, Dourados, ano 1, n. 1, p. 133-156, jan./jun., 2010. Disponível em: <http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/entre-lugar/article/view/617>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- OLIVEIRA JÚNIOR, Wenceslao Machado de. O que seriam as geografias de cinema? **T x T - A tela e o texto**, Campinas, v. 2, p. 27-33, jul./dez., 2005. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/txt/article/view/8276>. Acesso em: 9 jun. 2021.



SANTOS, Westerley. **VALORES - Axiologia ou Teoria dos Valores**. 2017. Disponível em: <https://sites.google.com/site/filosofiapopular/etica/valores---axiologia-ou-teoria-dos-valores>. Acesso em: 2 jul. 2021.

SILVA, Bruna Marquezan. **O 11 de setembro no cinema hollywoodiano**: uma análise geopolítica do filme 'voo 93' Anápolis. 2016. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Geografia) – Curso de Geografia, Campus Anápolis de Ciências Socioeconômicas e Humanas, Universidade Estadual de Goiás, Anápolis, 2016.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

VIANA, Nildo. **Cinema e Mensagem**: análise e assimilação. Porto Alegre: Asterisco, 2012.