



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

O Marketing Estratégico Aplicado à Promoção Turística da Serra da Estrela Por Via do Cinema O Filme Turístico PAN

Márcio José dos Santos Gonçalves

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Marketing
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Ricardo Gouveia Rodrigues

Covilhã, Outubro de 2015

Agradecimentos

Todo o projeto é agradecido e dedicado há minha família, principalmente aos meus pais pelo apoio, pela paciência e pela vontade da concretização do projeto. Agradeço a todos o atores que participaram sem nenhuma em exceção, e a todos aqueles que se demonstraram disponíveis para participar e depois não foi possível. Agradeço a todos aqueles que ia-mos encontrando no percurso das filmagens e nos ajudaram na continuação do projeto e todos aqueles que o seu apoio foi incondicional. Estou muito grato ao Prof. Doutor Paulo Duarte por me conceder a oportunidade de realizar este projeto e ao Prof. Doutor Ricardo Gouveia Rodrigues pela orientação e ajuda fundamental na conclusão do trabalho. Agradeço, principalmente à Catarina César pela força de vontade, o espírito de sacrifício e devoção ao projeto. Agradeço a esta não só os ensinamentos que me foram muito úteis na construção de conhecimento cinematográfico, mas todo o trabalho realizado e que sem ele não seria possível executar o projeto. A todos estes e a outros mais, eu agradeço pela força que me fez acreditar até à última rodagem. É a estes que dedico este projeto.

Resumo

A principal atratividade do Parque Nacional da Serra da Estrela está associada pelos consumidores à neve e à torre, localizada no ponto mais alto de Portugal Continental. Por outro lado, parece que existe desconhecimento dos turistas estrangeiros da capacidade para práticas de Turismo da Natureza. Assim, tornou-se relevante a aplicação de marketing estratégico numa curta-metragem turística para desenvolvimento e promoção da marca Serra da Estrela no Verão. O projeto consistiu na construção de uma curta-metragem promocional da Serra da Estrela, mediante as exigências do mercado.

Palavras-chave

Turismo da Natureza; Serra da Estrela; Marketing Estratégico; Cinema.

Abstract

The main attraction of the Serra da Estrela National Park is associated by consumers snow and tower, located on the highest point in mainland Portugal. On the other hand, there seems to be lack of knowledge of foreign tourists capacity for Tourism of Nature practices. Thus became relevant implementing strategic marketing a tourist short film for development and promotion of Serra da Estrela brand in summer. The project consisted of the construction of a promotional short film of the Serra da Estrela, by market demands.

Keywords

Nature Turism; Serra da Estrela; Strategic Marketing; Cinema.

Índice

1.	Introdução	1
2.	Revisão da Literatura	3
2.1	O Turismo em Portugal	3
2.2	Turismo da Natureza	4
2.2.1	Perfil dos Consumidores de Turismo da Natureza.....	4
2.2.2	Recursos Naturais Disponíveis	7
2.3	Parque Natural da Serra da Estrela	8
2.3.1	Caracterização do Parque Natural da Serra da Estrela	8
2.3.2	O Turismo do Centro e da Serra da Estrela	12
2.3.3	Avaliação da Atratividade do Destino Serra da Estrela	14
2.4	O Turismo e o Cinema	16
2.4.1	O Cinema Como Meio de Promoção dos Destinos Turísticos.....	17
2.4.2	Estado da Arte: Cinema Turístico	20
3.	Metodologia	27
4.	Resultados	28
4.1	Objetivos Estratégicos	28
4.2	Condução das Filmagens	31
4.3	Personagens	31
4.3.1	Marina.....	31
4.3.2	Alex, Joey e Anastácia	33
4.4	Locais	35
4.4.1	Aldeias Históricas	35
4.4.2	Percurso Pedestres	39
4.4.3	Praias Fluviais	43
4.4.4	Lagoas.....	45
4.4.5	Paisagens	47
4.4.6	Farol da Covilhã	49
4.4.7	Covilhã	50
4.4.8	Alojamentos	51
4.4.9	Outros Locais	51
4.5	Argumento	53
4.5.1	Primeira Cena do Filme	53
4.5.2	Episódio das Aldeias Históricas	54
4.5.3	Episódio do Vale Rossim	56
4.5.4	Episódio do Avariar do Automóvel	59
4.5.5	Episódio do Farol - O Fim.....	62

5.	Conclusão.....	62
6.	Referências Bibliográficas	64

Capítulo 1

1. Introdução

A Serra da Estrela é um destino turístico fortemente relacionado com o clima de Inverno e neve para os visitantes, e de facto, esta é a imagem, a identidade e significado construído em volta da marca Serra da Estrela. Por esta razão, é notório a limitação da marca ao esquí e à torre. Por outro lado, também limitam os consumos a estes contextos e área geográfica aproveitada para exploração da marca. Portanto, não permitem o aproveitamento do potencial da mesma, nomeadamente a paisagem natural, florestas e rios. O alargamento dos contextos aproveitados incrementa o aumento da atratividade e, por conseguinte, o alargamento dos contextos de consumo. (Brandia Central, 2009)

O propósito da investigação resulta de um método inexplorado ou pouco explorado em Portugal no que diz respeito à promoção turística da Serra da Estrela pela criação cinematográfica como um meio de marketing estratégico para incentivo e atracão de turistas, ou mesmo do investimento nacional ou internacional em Portugal. Então, o projeto consiste na construção de um filme turístico da Serra da Estrela, tendo por base a análise de mercado.

Existem espaços naturais em Portugal, e nomeadamente na Serra da Estrela, que não são aproveitados consoante a magnitude a que eles correspondem nem são promovidos como um ponto forte do turismo português, permanecendo, assim, no desconhecido. Nos estudos elaborados para a construção do Plano Estratégico Nacional de Turismo, é descrito esse desconhecimento do mercado estrangeiro sobre a capacidade dos recursos em termos naturais para práticas de Turismo da Natureza em Portugal, o que é resultado do mau posicionamento turístico neste ramo e pela procura de atividades relacionadas com a natureza, funcionar como práticas casuais resultado de algum ponto atrativo que impulsionou para o exercício uma vez no país, e não como principal motivação da viagem, ou seja, a motivação são outras procuras secundárias. Tornou-se relevante esta proposta de investigação, e a criação de um novo plano estratégico de turismo da Serra da Estrela para o desenvolvimento competitivo deste sector.

A condução deste paradigma alicerçou-se na investigação de dados de instituições governamentais portuguesas, como Turismo de Portugal ou Instituto Nacional de Estatística e outras de elevada relevância para o estudo, como Centro de Investigação da Serra da Estrela (CISE) ou o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) para conhecimento das características do mercado e dos produtos.

A organização do projeto deteve no Capítulo 2, com o ponto referenciado a Revisão de Literatura, o conhecimento do funcionamento do mercado do Turismo da Natureza, desde o público-alvo e perfil destes consumidores e as atividades que procuram dentro do mercado, até aos espaços naturais onde este tipo de turismo natural pode ser praticado em Portugal. Depois o estudo do mercado centra-se mais especificamente na Serra da Estrela, e nesse ponto é fundado, não só no conhecimento do produto em si, pela investigação das características geológicas, fauna e flora, rios, mas também na perspetiva enquanto análise estatística do turismo que procura este produto, e os pontos de referida atratividade do destino. Numa fase final deste capítulo é elaborada uma investigação científica em que é abordado o impacto do cinema como promoção turística, e no fundo, como isso se reflete no comportamento dos consumidores. Aqui, são retiradas notas de como devem ser conduzidas as filmagens, tal como o ponto posterior. O ponto seguinte da investigação cinematográfica refere-se ao que já foi feito em termos de filmes turísticos, que embora não seja considerado que exista muitas perspetivas de como executar este tipo de cinema em termos de promoção turística, permitiram que fosse criado um ponto de partida para a construção do filme turístico.

No capítulo 3 contem a Metodologia de como foi elaborado o projeto e no Capítulo 4 foram incluídos os resultados, o que corresponde à aplicação prática da base de revisão de literatura no filme turístico da Serra da Estrela, desde os objetivos estratégicos, a condução das filmagens, a construção das personagens, os locais das filmagens e se desenrola a história, e o argumento. O último Capítulo corresponde à conclusão do projeto.

Este projeto pretende de explorar uma área da promoção turística que ainda não foi explorada, e possuir algum género de validade no que diz respeito às políticas de promoção turística. Assim, este projeto possui como principal objetivo de desmistificar a ideia de marca da Serra da Estrela.

Capítulo 2

2. Revisão da Literatura

2.1 O Turismo em Portugal

O Turismo é a deslocação de pessoas individuais e/ou grupos para outros locais, que não correspondam ao seu ambiente natural para fins de recreação, descanso, cultura, ou saúde num determinado período de tempo (Barretto, 2006). Estas deslocações reproduzem um fenómeno social, cultural e económico, e por conseguinte, causam efeitos na economia, na população local, no meio ambiente natural e construído, e nos próprios turistas. Assim, desenvolvem-se uma ampla variedade de fatores de produção necessários para produzir bens e serviços utilizados pelos visitantes, necessitando abordagem holística para o desenvolvimento, gestão, e monitoramento do turismo (World Tourism Organization UNWTO, 2008). O sector do turismo apresenta-se como o sector mais importante da economia mundial, estimando-se como a indústria representante de 12% do PNB mundial. O turismo é uma área que tem impacto internacional e que possui um grande potencial de retorno de benefícios económicos. Por este motivo, alguns dos países realizam um esforço financeiro e dos recursos no investimento no sector para o seu desenvolvimento. No fundo, o desenvolvimento da indústria tem sido uma das formas mais rápidas escolhidas para atingir o desenvolvimento económico e possibilitar o pagamento de dívidas por alguns países (Serra Cantallops. A. (2002): Marketing turístico, Ed. Pirámide-ESIC, Madrid, pp 25-28).

O Turismo em Portugal é um dos principais sectores da economia portuguesa representando um peso crescente na economia ao longo dos anos (Turismo de Portugal, 2007). A comparação relativa ao consumo do Turismo no território económico português entre 2000 e 2010 indica esta mesma importância no peso no Produto Interno Bruto (PIB), descrevendo um crescimento de 0.9% no PIB desde 2005 a 2010. No ano de 2010, a importância do consumo turístico no PIB instalou-se nos 9.2% (Turismo de Portugal, 2011). A balança turística portuguesa em 2014 registou um saldo de 7,1 mil milhões de euros, o que consiste no crescimento de 15,4% em relação a 2013. Estes dados significam que Portugal obteve 16,1 milhões de hóspedes pelo território em 2014, representando um crescimento de 1,7 milhões em relação a 2013, ou seja, 12% face ao ano anterior (Silva, 2015).

Em Portugal é reconhecido, não só a importância do turismo para o desenvolvimento nacional, mas também do valor turístico presente, ou seja, condições climatéricas, recurso naturais e culturais. Assim, desde 2007, o Governo português implementou o Plano Estratégico

Nacional de Turismo (PENT), que propõe o desenvolvimento e crescimento do sector do turismo, mediante a qualificação e a competitividade da oferta. Entre outras medidas, o PENT incrementou o desenvolvimento e consolidação de 10 produtos turísticos, estrategicamente selecionados tem função potencialidade de crescimento que estes albergam e tendo em conta os recursos e fatores diferenciadores de Portugal. Os produtos turísticos portugueses estão distinguidos por Sol e Mar, *Touring* Cultural e Paisagístico, *City Breaks*, Turismo de Negócios, Turismo da Natureza, Turismo Náutico (inclui os Cruzeiros), Saúde e Bem-estar, Golfe, *Resorts* Integrados e Turismo Residencial, e Gastronomia e Vinhos (Turismo de Portugal, 2007). O presente projeto foca-se no produto Turismo da Natureza.

2.2 Turismo da Natureza

O Turismo da Natureza foi por base das tendências de procura dos mercados internacionais, distinguido no Plano Estratégico Nacional do Turismo de Portugal como um dos 10 produtos turísticos, que manifesta potencial de crescimento e quota de mercado competitiva.

O Turismo da Natureza regista-se como um dos principais motivos de viagem de 22 milhões de turistas europeus, e conseqüentemente, quase 9% do total de viagens de lazer realizadas na Europa em 2004. Assim, como observável nos dados comparativos entre 1997 e 2004, o ritmo de crescimento das viagens de Turismo da Natureza por ano rodeia os 7% (Turismo de Portugal, 2007). Este tipo de turismo tem especial atratividade dos mercados Alemanha, Reino Unido, Holanda, Escandinávia, França e Itália (91% do mercado europeu), constatando-se estes, como os principais emissores turísticos (Governo de Portugal, 2013). Por outro lado, o sector do Turismo da Natureza possui uma procura secundária de um conjunto de população que a sua motivação principal não é destinada a este sector, mas sim a outros produtos turísticos, e realizam atividades relacionadas com o Turismo da Natureza, quando se encontram no destino (Turismo de Portugal, 2006).

O sector do Turismo da Natureza define-se pelo conjunto de população que procura como motivação principal viver experiencias de grande valor simbólico, interagir, contemplar e usufruir da natureza. Assim, a finalidade é notoriamente a tranquilidade, o repouso e a autenticidade e a realização múltiplas atividades no destino, destacando-se os passeios a pé, de bicicleta ou a cavalo, assim como a observação de aves (Governo de Portugal, 2013).

2.2.1 Perfil dos Consumidores de Turismo da Natureza

Os praticantes de turismo da natureza possuem diferentes motivações principais para realizar este tipo de viagens, e essas motivações também definem o tipo de contacto que irão ter com a natureza, contudo são notórios dois perfis base: os consumidores da Natureza Soft; e os

consumidores da Natureza Hard. Estes perfis de consumidores da natureza são associados às características sociodemográficas, hábitos de informação e hábitos de uso.

Os consumidores de Natureza Soft são consumidores que optam por este sector pela motivação principal do descanso e afastamento do meio onde habitam, correspondendo o espaço natural como o local que podem realizar caminhadas e descobrir novas paisagens, visitar atrativos interessantes e retirar fotografias. Assim, obedecem a um perfil sociodemográfico que compreende as famílias com filhos, casais e reformados. Este tipo de consumidor realiza este tipo de atividades uma ou duas vezes por ano, maioritariamente no Verão, o que normalmente coincide com a época de férias, e prefere alojar-se em pequenos hotéis de 3-4 estrelas ou em casas rurais. Quanto ao ato da compra, é realizado através de Agência de Viagens e *Call Centers* pelas famílias, casais ou grupos de amigos, após a recolha de informação efetuada segundo os hábitos de informação interpessoal ou por brochura.

Os consumidores de Natureza Hard são identificados pela proximidade com o desporto, ou são praticantes desportivos ou são aficionados pelo desporto, e descobrem no meio da natureza o local adequado de praticarem estas atividades. Este conjunto de consumidores obedece a uma faixa etária dos 20 aos 35 anos de idade, e em termos profissionais representam os estudantes ou os profissionais liberais. Normalmente, realizam este tipo de compra turística frequentemente durante o ano, atingindo um máximo de cinco vezes, e optando pelo período da Primavera ou do Verão consoante o tipo de atividade ou desporto que realizam. Assim, como prefere a proximidade com a natureza, o hábito de compra deste tipo de consumidores enquanto alojamento é direcionado para pacotes de *Bed and Breakfast*, alojamentos integrados na natureza, como casa de campo ou campismo, e refúgios na montanha. A pesquisa de informação para futura compra do produto turístico é feita através de revistas especializadas, clubes e/ou associações e na internet, adquirindo por fim o produto individualmente ou entre grupo de amigos, pela internet ou em associações especializadas. Como referido, as principais atividade realizadas no meio natural são práticas desportivas, contudo também realizam atividades de interesse especial, aprofundamento do conhecimento da Natureza ou educação ambiental.

Pode-se dizer que estes dois segmentos são distinguidos consoante o grau e tipo de contacto com a natureza, ou seja, quanto maior for o interesse pela natureza como motivação principal da viagem, mais os consumidores pertencem ou estão próximos do segmento de turismo da natureza hard. Contudo, este segmento em concreto, não descrevem interesse em especial pela natureza, mas sim a prática das atividades desportivas. Assim, enquanto segmentos de Turismo da Natureza, o segmento da natureza soft compreende três mercados, desde os consumidores que possuem a motivação principal descansar e relaxar na natureza, os consumidores que possuem um interesse básico pela natureza até aos consumidores de interesse elevado pela natureza. Por outro lado, o segmento da natureza hard é composto por

dois mercados, os consumidores que têm um interesse profundo na natureza e os consumidores de desportos de aventura na natureza.

O Turismo da Natureza Soft é o segmento de mercado que representa o maior volume de procuras e taxas de crescimento superiores, por sua vez, é o segmento que tem sido alvo de maior interesse de criação e melhorias de condições pelo PENT, enquanto Turismo da Natureza. Visto que, para além de possuir a maior dimensão de mercado, este segmento distingue-se pelos elevados índices de sazonalidade e também pela não necessidade de oferta de produtos e serviços complexos. Como referido, o segmento da natureza soft é constituído por três mercados que na sua totalidade representam 85% da procura de turismo da natureza, e por sua vez, cada um destes obedece a um perfil básico, que no fundo, se relacionam com o motivo principal da procura. Corresponde-te a 40% do segmento, os turistas que almejam descansar e relaxar na natureza possuem um perfil em que o descanso é a principal motivação das suas férias, e assim, a escolha do ambiente natural para esse efeito é o mais apropriado. Assim, as atividades mais frequentes deste público não inclui grande esforço físico, restringindo-se para rotas de automóvel, passeios suaves e retirar fotografias. Os consumidores de interesse básico ou ocasional pela natureza representam 30% do segmento, e são consumidores em que a motivação principal não é o interesse pela natureza, mas que pode-se tornar num fator de atracção complementar resultando num valor acrescido da experiência de viagem. Este mercado realiza normalmente no espaço natural passeios e excursões a pé, de bicicleta, a cavalo, ou de barco, e possui frequência de visitas a parques e reservas naturais. A última fatia do segmento pertence aos consumidores que possuem elevado interesse pela natureza e assim constituem um volume de segmento de 15%. Para estes, o seu motivo principal assenta no grande interesse pela natureza, e por sua vez, dentro da categoria são encontrados ecoturistas numa fase inicial ou turistas de elevada consciência ambiental. As atividades frequentes deste mercado incluem a observação da natureza, as visitas guiadas a parque e reservas naturais, os passeios e excursões a pé, de bicicleta, a cavalo ou de barco, percursos pedestres de dificuldade média e cicloturismo. Para estes, a natureza complementa-se com outros atrativos dos destinos, como culturais ou monumentais.

O Turismo da Natureza Hard é representativo de 15% das procuras da população e o segmento de menor escala no volume das procuras do tipo de turismo, por sua vez, engloba dois mercados. Neste segmento reconhece-se um mercado em que a motivação principal destaca o profundo interesse pela natureza e faz desta o principal foco da viagem, ou por motivos de aprendizagem, de prazer estético, de investigação, ou até de compromisso ético. Por estes motivos, as atividades turísticas centram-se na observação e interpretação da natureza, educação e aprendizagem do meio ambiente, percursos pedestres de dificuldade média / alta, naturalismo e atividades de interesse específico, como observação da flora e fauna, vulcanismo ou espeleologia. O mercado é representativo de 10% do total do segmento de turismo da natureza hard, e são incluídos nesta categoria os ecoturistas numa fase avançada,

com uma profunda preocupação pelo equilíbrio ambiental e pelos impactos da atividade turística sobre os espaços e comunidades recetoras, tal como os turistas amantes da natureza ou estudiosos de determinadas manifestações naturais. Por outro lado, e representativo de 5% do segmento, encontram-se os turistas de desporto de aventura na natureza que fazem das atividades desportivas a sua maior motivação para realizar este tipo de viagens. Este mercado é caracterizado não pelo interesse em si na natureza, mas por esta atribuir as condições ou o cenário favorável à prática de desporto, quer de terra, água ou ar. Este mercado do segmento realiza um leque alargado de desportos na prática de turismo da natureza, como percursos pedestre/*Trekking*, alpinismo / escalada, bicicleta de montanha, espeleologia, cicloturismo, canoagem / *kayak*, mergulho, surf / *windsurf*, asa delta, parapente e paraquedismo (Turismo de Portugal, 2006).

2.2.2 Recursos Naturais Disponíveis

Os recursos naturais são uma das componentes mais abundantes do território português, e por esta razão revelam capacidade competitiva no que diz respeito ao Turismo da Natureza. Portugal é constituído por inúmeros espaços naturais, sendo que 23% são considerados áreas protegidas, desde parques e reservas naturais e outras zonas de interesse natural. Assim, dentro das áreas protegidas são consagradas cinco classificações distintas para o espaço natural segundo a legislação vigente, ou seja, Parque Nacional, Parque Natural, Reserva Natural, Monumento Natural e Paisagem Protegida. Em termos de Parque Nacional, só é distinguido o Parque Nacional da Peneda-Gerês com esta classificação de área protegida. Os Parques Naturais compreendem treze, dos quais o Montesinho, Douro Internacional, Litoral Norte, Alvão, Serra da Estrela, Tejo Internacional, Serras d'Aire e Candeeiros, São Mamede, Sintra-Cascais, Arrábida, Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, Vale do Guadiana e Ria Formosa. Classificados como reservas naturais possui-se as Dunas de São Jacinto, a Serra da Malcata, o Paul de Arzila, as Berlengas, o Paul do Boquilobo, o Estuário do Tejo, o Estuário do Sado, as Lagoas da Sancha e de Santo André e o Sapal de Castro Marim e Vila Real de Santo António. Inseridas na categoria de paisagens protegidas está a Serra do Açor, e a Arriba Fóssil da Costa da Caparica. Como monumentos naturais são distinguidos Ourém / Torres Novas (integrado no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros), Carenque, Pedreira do Avelino, Pedra da Mua e Lagosteiros (os dois últimos integrados no Parque Natural da Arrábida). Contudo, existem outras áreas não classificadas por estes estatutos que absorvem as características que propiciam as práticas de Turismo da Natureza, como por exemplo, zonas da montanha como a Serra da Freita (Arouca), a Serra da Lousã e a região da Meseta Meridional. Este último foi o primeiro território português integrado na rede europeia de Geoparques. Por outro lado, em termos de recursos, Portugal ainda beneficia de rios e cursos de água que possibilitam as atividades de canoagem, *rafting* e *canioning*, tais como o rio Minho, Tâmega, Paiva, Mondego, Zêzere e Teixeira. Por outro lado, fora de Portugal

Continental, as ilhas dos Açores e da Madeira pelos seus atributos de natureza geológica e de biodiversidade possuem um especial interesse de Turismo da Natureza (Turismo de Portugal, 2006).

Em género de resumo, em Portugal são distinguidos enormes valores naturais e de biodiversidade, no que diz respeito à flora, fauna e de qualidade paisagística e ambiental; uma variedade de paisagens e diversidade de habitat a curta distância, desde habitats de montanha e floresta, rios e estuários, sapais, escarpas, montados de sopro, planícies cerealíferas, lagoas e arribas costeiras, pauis, ilhas e ilhas barreia, etc; e ainda Elementos qualificadores do destino - raça de cavalos lusitanos e de garranos no Gerês, coudelaria de Alter, observação de mamíferos marinhos, diversidade de aves, algumas de visualização quase exclusiva, levadas e floresta laurissilva da Madeira e paisagens da serra de Sintra e Douro, classificadas como património mundial natural UNESCO (Governo de Portugal, 2013).

Um desses enormes valores naturais reside na Serra da Estrela, constituída deste 1976 como parque natural pelo Decreto-Lei n.º 557/76 de 16 de julho. São denominados como parques naturais, os territórios que possuam ecossistemas naturais ou seminaturais, onde a preservação da biodiversidade a longo prazo possa depender de atividade humana, assegurando um fluxo sustentável de produtos naturais e serviços (ICNF, 2014). Esta classificação foi atribuída à Serra da Estrela por ser uma região de características da montanha, onde permanecem refúgios de vida selvagem e formações vegetais endémicas de importância nacional (ICNF, 2015).

2.3 Parque Natural da Serra da Estrela

2.3.1 Caracterização do Parque Natural da Serra da Estrela

O Parque Nacional da Serra da Estrela (PNSE) localiza-se na Região Centro de Portugal, mais propriamente nos distritos da Guarda e Castelo Branco, e engloba uma área de 89.164 hectares onde estão presentes 6 conselhos da Beira.

A Serra da Estrela é composta por alongados planaltos direcionados para nordeste e sudoeste, onde é a sudoeste que a serra atinge a altitude mais soberba de todo o conjunto, e consequentemente, o ponto mais alto de Portugal Continental com 1.993 metros de altitude, e por sua vez, onde é localizada a torre. A formação da Serra da Estrela resulta do deslocamento tectónico e a erosão fluvial proveniente de rios, definindo as linhas gerais de relevo deste composto serrano. Contudo, a natureza das formas de relevo possui razões diversas, quer do tipo de rocha ou quer por influência do clima mais frio do que é atualmente. Estas baixas temperaturas impulsionaram a formação de vários glaciares,

principalmente na zona mais elevada da serra, manifestando-se posteriormente na disposição geográfica desta, e consagrando a principal originalidade da paisagem, com vales em forma de U, circos glaciares, lagoas, depósitos de moreiras e blocos erráticos. Na verdade, a Serra é recheada de rochas graníticas hercínicas de composição variada, que compreendem as principais formações geológicas do Parque Natural da Serra da Estrela, como depósitos de cobertura, complexo xistograuváquico ou Granitóides hercínicos.

No Parque Natural da Serra da Estrela estão presentes duas bacias hidrográficas, a do rio Tejo e a do rio Mondego, provenientes de três rios importantes de Portugal, o rio Mondego, o Rio Zêzere e o rio Alva. Ambos os rios nascem na Serra da Estrela, em locais distintos do Parque Natural. O rio Mondego nasce numa pequena fonte perto das Penhas Douradas de nome Mondeguinho e é o maior rio português que desagua no Oceano Atlântico. O rio Alva nasce na zona do Vale Rossim e é um dos mais importantes afluentes do rio Mondego. Quanto ao rio Zêzere nasce a 1.900 metros de altitude no Covão da Ametade e percorre o Vale Glaciar (do Zêzere) em direção a Manteigas, e constitui como o maior afluente do rio Tejo.

A flora e a vegetação da Serra da Estrela podem ser divididas e agrupadas segundo a altitude, visto que o desenvolvimento de certas espécies depende também deste fator. Assim, poderá dividir-se as formações de vegetação em três andares: o andar basal; o andar intermédio; e o andar superior.

O Andar Basal chega até aos 900 metros de altitude e é onde se encontram a maioria das populações divididas entre cidades, vilas e aldeias. Por isso, encontram-se algumas das plantações de proveniência humana, como pinhais de olivais, terras de regadio, vinhedos, prados de azevém, e pinhais de pinheiro-bravo. Não obstante, o Andar Basal possui vegetação de forte influência mediterrânea e que conseqüentemente é dominado pelos azinhais sub-húmidos, sobreirais sub-húmidos a húmidos, carvalhais-negrais húmidos, piornais-brancos húmidos e urzais húmidos.

O nível seguinte, no Andar Intermédio, posicionado entre os 900 e os 1.600 metros de altitude, encontra-se a maior prevalência de carvalhais-negrais húmidos e vários matos compostos por giestais e urzeirais. Neste patamar da Serra da Estrela são realizadas atividades de pastoreio, atividade floresta e cerealífera, por isso é encontrado neste patamar os castiçais e as searas de centeio. Para além disso, na parte superior do andar, os carvalhais são substituídos viduais, principalmente nas zonas mais chuvosas e sombrias.

No nível mais alto, acima dos 1.600 de altitude, encontra-se o Andar Superior onde o domínio da vegetação centra-se no zimbral (de diferentes espécies), havendo também frequentemente giestais e cytiso, tal como caldoneiras. Contudo, o zimbral deixa quase de

existir nos cervunais higrófilos¹, e desaparecendo completamente nas turfeiras, onde esta última domina. Ainda, é destacável o urzal endémico e urzal higrófilo endémico presentes nesta área.

No Parque Natural da Serra da Estrela existem um conjunto de espécies animais que mantêm as suas populações, e não se encontram ameaçadas à extinção pelo perfil montanhoso serrano, e que portanto, é na maioria das vezes de difícil acesso a grande parte do terreno. A fauna da Serra da Estrela é organizada segundo quatro classes, os mamíferos, as aves, répteis e anfíbios, e peixes.

Às espécies de mamíferos existentes no Parque natural são: a toupeira de água que subsiste de norte a sul do território, mas mais frequentemente em zonas de água corrente e não em lagoas naturais e albufeiras, e assim, é confirmada a presença no rio Zêzere, ribeiras de Alforfa (afluente do Zêzere) e nas Aldeias (afluente do rio Mondego); a Lontra habita na generalidade de todo o parque, embora tenham sido encontrados vestígios nos principais cursos de água, como o rio Mondego, Alva e Zêzere e nalguns dos afluentes a estes rios; o coelho-bravo, embora não possua um habitat favorável pelo clima ou vegetação para a disseminação de este tipo de espécie, esta espécie é encontrada de uma forma geral pelo território serrano, devido à agricultura elaborada que atribui alimento e lhe permite subsistir; por outro lado, a lebre não está tão presente na serra, exceto nalguns locais, sendo mais provável de tomar contacto com o animal acima dos 1.500 metros de altitude, visto compreender zonas abertas com vegetação mais apropriada que constitui um habitat favorável; o Javali que se encontra em todo o território, mesmo os mais elevados; a Raposa é frequente em toda a serra, mesmo a altitudes superiores a 1.500 metros; existe a evidência da presença de gato bravo em vários locais estreleces, principalmente na Quinta do Belarteiro, perto do mondego; o lobo é um animal que existe no parque natural mas que se encontra em vias de extinção como em todo o país, e por isso torna-o raro; os Morcegos são habitantes da serra, principalmente em minas-de-água e em minas de extração de minério abandonadas.

As aves são o grupo de animais mais abundante e representativo do PNSE com 151 espécies, que das quais 60 são alvo de medidas de conservação de Portugal e da Europa. Assim, estão presentes 17 ordens distintas, o que corresponde a 77% de todas as ordens nacionais. A ordem mais comum é a ordem dos Passeriformes, ou seja, os pássaros com 92 espécies. Dentro de toda a comunidade de espécies de aves são identificadas 91 espécies de carácter não migratório e outras 16 espécies que possuem características invernantes, mas a serra é, no entanto, local de passagem de outras 17 espécies de aves. As espécies de aves que possuem o habitat serrano como provavelmente inalterável são a águia-real, a águia calçada, a águia-de-Bonellia

¹ Comunidades herbáceas perenes e densas que crescem em moita de rebentos (Projeto Higo, 2012)

águia-cobreira, o milhafre-preto, o peneireiro-das-torres e o borrelho-pequeno-de-coleira. As espécies de aves que emigram são destacáveis a ferreira-alpina, o melro-de-peito-branco, a escrevedeira-amarela ou o tentilhão-montês, sendo estas aves de tendência montanhosa de grande altitude e que conseqüentemente não são muito vulgares no território português.

As espécies relacionadas com répteis e anfíbios possuem uma localização diferenciada, que está dependente da altitude, mas que contudo, é reconhecido o Planalto Central como o mais atraente para o conjunto destes seres, e portanto é o mais importante, tal como as zonas Norte e Oeste da Lagoa Comprida e o contexto do Covão da Ametade. Os anfíbios têm maior apetência pelo Planalto Central sendo abundantes o sapo-corredor, o sapo-parteiro, a rela e rã-verde. Esta última é visível em qualquer espaço do parque, mas as restantes só existem em grandes quantidades nas zonas de maior altitude, como é o caso do sapo-corredor, sapo-parteiro e a rela, que por sua vez, optam pelos habitats terrestres demonstrando alguma independência em relação à água. Os répteis também concentram as suas populações de forma rica no Planalto Central, destacando-se as lagartixas (especialmente, a lagartixa-da-montanha), o lagarto-de-água, a cobra-lisa-austríaca e a cobra-de-água-viperina. Em relação à lagartixa-da-montanha, é uma espécie única da Península Ibérica e em Portugal parece que só foi encontrada na Serra da Estrela, embora se preveja encontrar noutros locais. Quanto à cobra-lisa-australiana é um réptil abundantemente vasto no Planalto Central em comparação com as populações conhecidas pelo país.

O território do Parque Natural da Serra da Estrela é climaticamente instável e exigentes para a formação de comunidades de origem marítima, embora existam dois importantes rios como o Zêzere e Mondego, e o conjunto de rios afluentes, como o rio Alva. Estes são caracterizados pelas baixas temperaturas e elevados níveis de oxigénio dissolvido, e que por isso, torna-se necessário que as espécies piscícolas possuam rápida capacidade de adaptação. As principais espécies observáveis na Serra da Estrela são a truta e o escalo, que no caso da truta, como é dos peixes que sobe mais a montante, é visível nos cursos de água a partir dos 300 metros altitude (acompanhada por ciprinídeos entre 350 metros e os 700 metros), sendo entre os 700 metros e os 1.000 metros de altitude a área dominante, e praticamente exclusiva acima dos 1.000 metros de altitude. Quanto ao escalo é visível no rio Mondego até aos 1.000 metros de altitude e não ultrapassa os 700 metros no rio Zêzere. Para além destes, ainda existem outras espécies como: o boga que se encontra em praticamente todos os rios não ultrapassando os 600 metros de altitude; o ruivaco que existe apenas no rio Alva e não ultrapassa os 350 metros; o barbo que se pode encontrar no rio Mondego e no Alva; a enguia que está presente nos rios Mondego e Alva até uma altitude de 500 metros. (ERM Portugal, 2008)

2.3.2 O Turismo do Centro e da Serra da Estrela

O número de hóspedes em Portugal em 2014 cresceu em relação a 2013, averiguando-se maioritariamente a visita estrangeira com 58% do total, correspondendo a um aumento de 1 milhão de hóspedes. Contudo, também é reconhecido uma evolução favorável dos hóspedes residentes com um crescimento de 11,6%, estabelecendo-se num valor total de 6,8 milhões da fatia dos hóspedes de 2014.

Os mercados de origem dos hóspedes correspondem aos países de residência, Reino Unido (17,0%), Espanha (15,5%), França (10,7%), Alemanha (10,6%) e Brasil (6,2%), e são representativos do TOP 5 de preferências turísticas por Portugal. De um modo geral, todos os constituintes do TOP 5 registaram um crescimento positivo em relação ao ano anterior. O Reino Unido liderou o ranking de hospedagem em Portugal com 1,6 milhões, ou seja, 17% do total de visitas estrangeiras, demonstrando face a 2013, um crescimento de 13,5%. A Espanha encontrou-se na 2.ª posição dos resultados de turismo e apresentou em 2014 uma recuperação de 14,7% em relação a 2013, consistindo numa representatividade de 16% dos hóspedes totais estrangeiros. Nas duas posições seguintes estão a França (3.º lugar) e a Alemanha (4.º Lugar) com ambas quotas correspondentes a 11% do total das hospedagens. Do conjunto dos países integrantes no TOP 5, o mercado francês foi o que registou o crescimento percentual mais acentuado com 19,8% acima do registado no ano 2013, o que por sua vez, correspondeu a mais 165,2 mil hóspedes em 2014. Por fim, em 5.º lugar reside o Brasil que se pronunciou num crescimento de 10,6% em relação a 2013, e consistiu numa quota de 6% do total de estrangeiros.

A principal preferência de alojamento dos turistas centrou-se nas unidades hoteleiras localizadas na região de Lisboa, Algarve e Norte, com 72% da totalidade da hospedagem durante o ano, ou seja, 11,5 milhões de pessoas. A região de Lisboa obteve o maior número de concentração de hospedagem em comparação com o resto do país, registando 4,9 milhões de hóspedes na sua grande maioria de nacionalidade estrangeira (3,3 milhões de hóspedes). Assim, descreveu um crescimento de 13,4% de hóspedes em relação a 2013, que não só se deve ao aumento das visitas estrangeiras mas também das nacionais ou residentes em 411,0 mil hospedagens, indicando portanto, uma variação positiva de 12,2%. O Algarve foi a segunda zona alvo de preferência turística com 3,6 milhões de hóspedes, sendo que 70% correspondem ao mercado estrangeiro. O turismo algarvio reconheceu uma evolução positiva em relação ao ano anterior, e obteve um crescimento do mercado estrangeiro e do mercado nacional em 12,2% e 20,1%, respetivamente. O terceiro posicionado em termos de hospedagem foi a região Norte com 3,0 milhões de hóspedes. Neste destino verifica-se que ao contrário dos dois anteriores, as hospedagens foram mais significativas dos residentes (1,7 milhões, ou seja, 57% da população total), embora o mercado estrangeiro tenha registado um crescimento no 11,9%. (Silva, 2015)

O turismo do Centro de Portugal em 2014 reconheceu um crescimento positivo no número de hóspedes e dormidas em relação a 2013, quer de nacionalidade portuguesa quer estrangeira. A análise global de hóspedes durante o ano de 2014 (de Janeiro a Dezembro) indica uma totalidade de 2.321,0, em que 1.482,1 são hóspedes de Portugal e 838,8 são hóspedes estrangeiros. Estes valores representam um crescimento total de 11,7% em relação a 2013, o que não só indica um crescimento da procura turística do centro por portugueses no valor de 10,5%, tal como na procura estrangeira em 14,1%. Por outro lado, as dormidas na região centro também obtiveram um crescimento de 10,6% em relação a 2013, ou seja, em 2014 houve um total de 4.132,7 milhares de dormidas na região, correspondendo a 2.436,3 milhares de portugueses (mais 9,6% que em 2013) e 1.696,4 milhares de estrangeiros (mais 12,2% que em 2013). Na observação dos resultados é notório que o crescimento da hospedagem e das dormidas foi mais significativo no mercado estrangeiro do que o nacional, indicando uma maior atratividade pelo centro do País pelos visitantes exteriores.

O mercado turístico português em 2014 foi principalmente escolhido como destino pela Espanha, a França, Alemanha, Brasil e Itália, correspondendo por esta ordem ao Top 5 de dormidas do turismo do centro de Portugal. Os turistas espanhóis são os visitantes que atingem maior frequência nas dormidas em 2014 com 487,1, verificando-se uma variação positiva de 11,6 p.p. em relação a 2013, mas destacam-se o mercado brasileiro e francês como os que registam maior crescimento percentual em relação a 2013, assim portanto, a variação positiva do Brasil foi de 18,4% e a variação da França foi de 14,0%. Conclui-se, que estes poderão vir a ser os mercados emergentes, enquanto turismo, do centro ou mesmo de todo o território nacional. (Grande & Vedras, 2015)

O Parque Natural da Serra da Estrela compreende uma dimensão territorial que engloba como principais concelhos de Manteigas, Seia, Gouveia e Covilhã, e outro de relativa proximidade como Celorico da Beira. Os Postos de Turismo localizados no interior do Parque Natural da Serra da Estrela e na relativa proximidade circundante apresentam indicadores estatísticos referentes ao atendimento turístico aos visitantes dos destinos, nomeadamente da Covilhã, Manteigas, Gouveia e Celorico da Beira. Assim, estes indicadores permitem o conhecer quais os visitantes da região da Serra da Estrela, que não necessitam necessariamente de representar uma dormida neste destino.

Em 2014, as visitas ao território da Serra da Estrela abrangeram várias nacionalidades de todo o mundo, mas ainda é destacável a presença Espanha, da França, de Outros Países, Alemanha e da Holanda, como os integrantes do top 5 do turismo da Serra da Estrela durante os 12 meses do ano, contudo, está realidade depende da Época do ano.

Considerando a Época Baixa de Outubro a Março, a Serra da Estrela é principalmente atrativa para países como a Espanha (33%), Outros Países (17,2%), a França (10,7%), o Brasil (9,3%), e o Reino Unido (9%), e já não é tão presente os turistas Alemães (7.3%) ou Holandeses (6.4%), como indicado na observação das estatísticas gerais. Por outro lado, no período considerado Época Alta, ou seja, de Junho a Setembro, a Holanda (10,5%) e a Alemanha (10,2%) ocupam uma posição mas significativa dentro do Top 5 das visitas à Serra da Estrela, representando, portanto, que ambas as nacionalidades possuem maior preferência pelo turismo do destino da beira possui na época do verão. De qualquer forma, as posições top das visitas á Serra da Estrela são ocupadas pela França (28,2%) e a Espanha (20,8%). Esta observação, destaca o crescimento da França que quase triplica em relação à indicada época baixa, o que permite a ocupação do primeiro lugar das visitas serranas, e por outro lado, o decréscimo espanhol em mais de 10% da afluência das visitas. No entanto, esta diminuição das visitas dos turistas de nacionalidade espanhola não se pode considerar significativamente relevante, já que é notório o crescimento global das visitas sob uma variação positiva de 5,5%.

No fundo, a época do verão parece possuir maior atratividade das visitas à Serra da Estrela pelos estrangeiros do que a época que corresponde ao esqui e à neve. Contudo, este ponto de vista turístico não é partilhado pelas visitas dos portugueses, já que o período da Época Baixa é demonstrado como o período de maior procura do destino Serra da Estrela com 26,8% das visitas totais. No que diz respeito à época baixa, as visitas nacionais concentram-se nos 19,4%. Por outro lado, afluência dos turistas do Brasil e do Reino Unido não é tão significativa na época alta como na época baixa, caindo as visitas dos turistas brasileiros da quarta posição do top para a oitava posição, por exemplo.

A apreciação dos dados relativos ao Turismo do Centro de Portugal, e mais especificamente do turismo da Serra da Estrela, permite a identificação do público que procura a região para práticas de turismo, e no fundo determina qual o público-alvo da marca Serra da Estrela. Os dados referentes à hospedagem e as visitas aos postos de turismo destacam que os principais visitantes da região centro, ou seja, os integrantes do top 3 de turismo, são de nacionalidade espanhola, francesa e alemã, sendo que no caso específico da Serra da Estrela, o turismo proveniente da Espanha e França ocupam as posições de topo a nível de preferência, principalmente na Época Alta (de Junho a Setembro) (Turismo Centro de Portugal, 2015).

2.3.3 Avaliação da Atratividade do Destino Serra da Estrela

Na Marca Serra da Estrela são destacáveis duas identidades distintas que são determinadas mediante a época do ano. A Serra da Estrela tem forte conotação para os consumidores com a neve, ou seja, o que se refere à época do ano do Inverno, mas por outro lado, o Verão define outra realidade da marca que satisfaz um conjunto de necessidades diferentes dos consumidores, que por ventura, não são satisfeitas no inverno. Neste sentido, pode-se assumir

que a marca Serra da Estrela possui duas possíveis percepções da imagem da Paisagem Natural influenciadas pelo clima, quer Inverno quer Verão, e conseqüentemente, as motivações de consumo também são diferentes consoante a estação do ano que é referenciada.

O índice de atratividade da Serra da Estrela é de 60,8%, encontrando-se assim numa posição isolada no meio da tabela, em comparação aos restantes destinos turísticos de Portugal (ou seja, as 13 marcas-região), em que a média nacional é de 59.1%.

A análise das sete variáveis do composto do índice de atratividade demonstra que o Clima Atmosférico (21%) e a Oferta Hoteleira (25%) são os pontos destacáveis dos restantes do índice de atratividade relativo à Serra da Estrela, como População Local (15%), Património Histórico (11%), Gastronomia (9%), Paisagem Natural (8%) e Oferta Cultural Social (7%). Em comparação com a média nacional, a percepção dos consumidores das oito variáveis em estudo do índice de atratividade (Clima Atmosférico, Oferta Hoteleira, População Local, Património Histórico, Gastronomia, Paisagem Natural, Paisagem Urbana e Oferta Cultural Social), a Serra da Estrela localiza-se acima da média nacional, à exceção do Património Histórico e a Oferta Cultural e Social.

A Paisagem Urbana é indicada no modelo de comparação como uma variável acima da média nacional em 3%, contudo a Paisagem Urbana não é indicativo de influência da atratividade da marca, embora as cidades e aldeias históricas circundantes possibilitem o estímulo de crescimento da atratividade do destino. O complexo da Marca Serra da Estrela inclui infra-estruturas como a Torre e a estância de esqui, que atualmente é visível a falta de capacidade para abarcar o grande crescimento dos visitantes, o que demonstra uma situação pejorativa da atratividade da Serra da Estrela, visto que, atribui uma experiência negativa aos turistas devido aos tempos de espera sofridos até chegar ao local. Conseqüentemente, para além de retirar atratividade à Torre e estância de esqui, também alarga o efeito negativo na curiosidade para conhecer o restante contexto da Serra da Estrela, e também os incentivos de exploração doutros locais da região. Por outro lado, a variável Património Histórico é o ponto mais depreciativo do universo em estudo, localizando-se a 12% abaixo da média nacional, dito de outra forma, o Património Histórico é responsável pela modificação de 11% da atratividade da marca. Na análise desta variável é notório que a definição da Marca Serra da Estrela associada pelos inquiridos é exclusivamente a neve e o composto adjacente a esta, e por esta razão torna-se desconhecido e não é valorizado pelo público o Património Histórico presente na região, assim, portanto, pode explicar o resultado menos positivo da atratividade por via Património Histórico.

Na observação das variáveis mais atrativas do índice é indicado em consonância com o clima atmosférico, a Oferta Hoteleira. A Oferta Hoteleira da Marca Serra da Estrela revela outro tipo de procuras do destino que não estão propriamente relacionadas com a torre, o esqui, ou

mesmo, a neve, mas sim o frio. Como já indicado a Marca Serra da Estrela é fortemente associada ao Inverno, e para os consumidores é atrativo a possibilidade de desfrutar as férias de frio com conforto.

Quanto à Oferta Cultural e Social localiza-se abaixo da média nacional, embora seja explicativa de 7% da variação da atratividade da Serra da Estrela. A reduzida oferta cultural e social é influente na perspetiva de pernoitar pela Serra da Estrela, e desse modo não existe vontade de permanência durante muito tempo no destino, ao contrário de outros destinos alternativos de Portugal. De facto, segundo as respostas dos participantes em relação ao pernoitar 5 a 6 noites ou mais de 6 noites, revela que a Serra da Estrela atinge o resultado mais negativo com 24%. Assim, leva a concluir que a maior proximidade das cidades circundantes à Marca Serra da Estrela poderia modificar a atratividade mediante a Oferta Cultural e Social.

A avaliação da variável Gastronomia da marca Serra da Estrela está acima da média, nos 7%. Contudo, a sua avaliação está abaixo, por exemplo, do Norte de Portugal ou Alentejo, significando portanto, que existem problemas de comunicação face à Gastronomia da região

A População Local não é uma identificação de marca como é notório noutras marcas-região do País, por exemplo no Alentejo ou no Norte de Portugal. Ou seja, a população local não foi referenciada pelos respondentes para definir ou avaliar a marca Serra da Estrela, o que indica a falta de profundidade da marca. Contudo, representa 10% acima da média nacional da variabilidade da atratividade do índice. (Brandia Central, 2009)

2.4 O Turismo e o Cinema

A procura de Turismo de Natureza em Portugal demonstra-se deficitária nomeadamente no que se refere à procura internacional, representando que apenas 4% da procura atual é estrangeira pelos resultados de 2007. Assim, estima-se que 500.000 dos turistas ativos nas práticas de turismo da natureza, 96% são residentes no próprio país e os restantes 4%, embora representem uma deslocação estrangeira para visitar Portugal, o motivo principal das viagens não se centra em turismo da natureza. Contudo ao se encontrarem em Portugal são atraídos para qualquer das modalidades deste tipo de turismo. As causas desta tendência estão relacionadas com o fraco posicionamento de Portugal no que se refere a Turismo da Natureza, demonstrando-se pela falta de perceção da realidade natural nacional do mercado estrangeiro. Este ponto em particular leva à precaução da análise dos dados de inquéritos realizados à comunidade estrangeira, visto que, embora Portugal seja referido pelos principais emissores da Europa como adequado para viagens de Turismo da Natureza, estes dados podem ser mais determinativos de desconhecimento do país do que pelo seu conhecimento. Por outro lado, refere-se a importância da procura secundária como causa da

baixa procura de Turismo da Natureza, ou seja, o visitante em que o principal motivo da viagem não corresponde ao turismo da natureza, mas que são atraídos para estas práticas por via de alguma atração quando já se encontram em Portugal. (Turismo de Portugal, 2006) Torna-se notório neste campo, a necessidade de melhoria da comunicação e informação para o mercado.

O PENT aprovado em 2012 realiza revisão das opções estratégicas previamente estabelecidas no PENT de 2007 que serão estabelecidas no período temporal de 2013 a 2015. Este alinhamento estratégico definiu 8 programas de desenvolvimento, em que dos quais o programa de promoção e venda, onde inclui as técnicas e estratégias de comunicação que deverão ser praticadas para promoção do Turismo de Portugal. No que se refere à comunicação, o programa insere como atividades de promoção, entre outras, o desenvolvimento da comunicação do turismo assente em narrativas, experiência e emoções, ou de outra forma, “a comunicação do destino deverá adotar um novo paradigma focado na venda de propostas concretas de produtos, na proximidade com as pessoas e na facilidade em acederem às experiências que Portugal proporciona”. (Governo de Portugal, 2013) Posto isto, parece que a implementação do cinema como meio de marketing estratégico para promoção de Portugal é exequível, e em concordância com as estratégias delineadas de desenvolvimento turístico nacional.

2.4.1 O Cinema Como Meio de Promoção dos Destinos Turísticos

A transmissão de imagens autónomas sobre determinado local, como imagens da cultura popular, notícias ou filmes, possuem influência num curto espaço de tempo sobre os componentes de imagem de um destino turístico, potenciando o interesse ou não de visitar conforme a perceção do público à retratação positiva ou negativa do local. A aparição de determinados lugares em filmes tem demonstrado um crescimento da popularidade dos destinos, e por isso, ressalta que os filmes poderão ser uma ferramenta de atração do turismo, e dessa forma, um meio em que as imagens afetam o interesse do público em visitar o local. (H. Kim & Richardson, 2003) Deste modo, a produção audiovisual possui um efeito construtivo de antecipação e fascínio nos consumidores pelos locais retratados no filme que os incute a viajar para esses mesmos destinos, uns pelas propriedades físicas do local, outros por determinado local ser o palco do evento cinematográfico. Outros ainda só são reconhecidos o potencial turístico apenas quando são expostos nas salas de cinema, e desta forma, também se transformam em ponto de atração turístico. A invocação deste fascínio parece ser sempre diferente de visitante para visitante. (Baker & Doren, 1998)

Por exemplo, o turismo literário está inserido no campo de turismo cultural e do património e possui atratividade comercial, embora não exista muitos estudos estatísticos comprovativos desta realidade. Não obstante, é referido no estudo a vontade da escolha de um destino

literário, mesmo que o objetivo inicialmente não fosse criar um ponto turístico por via da literatura. Contudo, as opções estratégicas para comercialização de um destino literário necessitam da percepção das necessidades dos consumidores turísticos. Neste ponto em concreto, é averiguado que, mesmo que seja conhecida a necessidade da visita ao destino, ainda é dúbia qual a interpretação retirada pelos turista, visto que, a interpretação literária é um processo socialmente construído, e por essa razão, a mensagem que se pretende transmitir poderá não corresponder à mesma que o visitante possui. Assim, pode-se considerar que o turismo literário permite a ligação entre a realidade e a ficção, ou mundos reais e imaginários, visto que, cada turista possui uma própria conotação emocional e química com o local, com as personagens ou com as circunstâncias desenvolvidas no livro, mediante a percepção e interpretação individual. (Hoppen, Brown, & Fyall, 2014)

No fundo, os turistas apreciam de forma complexa a autenticidade de um mundo retratado num filme, que é conceptualmente definido num contexto onde existe confusão entre fantasia e realidade. Num estudo realizado a partir do filme *Senhor dos Anéis*, que pretende a testar a experiência autêntica e o companheirismo no contexto de turismo de filme, argumenta-se que a construção de mundos sob base teórica de simulacros e de hiper-realidade possui o mesmo efeito nos turistas de filme, em que o panorama é estritamente real. Comprova-se até, que essas experiências de turismo reais e hiper-reais proporcionam uma alegação dos turistas em que é possível a fusão da história, mitologia da idade-média e mesmo o local onde foi filmado o filme. Esta visão da experiência turística poderá ser explicada, parcialmente, pela forma do filme em si, as imagens que transmite e a forma como são produzidos. (Buchmann, Moore, & Fisher, 2010) Esta premissa é verificável na ideia dos ícones de cada filme, visto que, aos espectadores é despertado o interesse e atracão pelo local resultantes do seu próprio ícone, que pode ser visualmente concreto, podem ser pelo local em particular, ou mesmo, pela associação temática feita pelo espectador. Assim, argumenta-se que o ícone não necessita de ser composto por um local maravilhoso, ou mesmo uma história maravilhosa e bonita, mas sim deve causar um efeito positivo no visitante, mesmo que o filme seja negro. (Baker & Doren, 1998)

Esta abordagem reforça que as experiências autênticas sentidas pelos turistas dependem não só do lugar, mas também das interpretações dos visitantes, realçadas aqui, que envolve processos muito mais amplos. Existe um conjunto de processos individuais e intrínsecos que enfatizam a procura de destinos turísticos, de modo a que um conjunto de necessidades, formadas de processos sociais, valores e atitudes, sejam correspondidas. Por esta razão, o processo pode facilitar a interceção da realidade, da hiper-realidade e o simulacro da experiência turística, dotando-a assim, de um valor particular e de elevada importância. Por outro lado, estes locais onde foram gravados os filmes, trazem consigo uma interação do turista na construção da realidade e autenticidade, ou seja, o destino é transformado no local onde foi gravado o filme. (Buchmann et al., 2010)

Num estudo que pretendia avaliar as influências de um filme popular na percepção do lugar retratado nos telespectadores, verificou-se que, embora a imagem dos destinos evoque essa vontade de visitar, parece, no entanto, que a empatia com as personagens do filme não possui influência na mudança de percepção da imagem do destino, quer do ponto de vista cognitivo e quer do ponto de vista afetivo, como seria a expectativa. Este ponto em particular poderá estar relacionado com o facto de esta empatia não permitir a construção indireta da experiência do local retratada no filme, assim, pelo contrário, parece que a empatia com as personagens só possui influência na imagem do destino, se existir uma experiência prévia do indivíduo no local. Contudo, o conteúdo do filme possui influência cognitiva e afetiva na imagem do destino para o telespectador, quer negativa quer positiva. Por outro lado, retira-se que o contexto de filme não aglutina familiaridade com o local exposto, devido a duas possíveis explicações. O ambiente ficcional retratado no filme poderá não representar um enlace de proximidade psicológica, por via da atitude, e assim, esta descrição ficcional retratada não permite a criação da mentalidade psicológica. De outro modo, a ficção cinematográfica poderá não corresponder à representação real do local, devido à interferência da experiência de visita real do indivíduo, ou mesmo do conhecimento proveniente e adquirido de terceiros. (H. Kim & Richardson, 2003)

Por isso, realça-se que o nível de envolvimento com o filme, ou a série de televisão, possui efeito multidimensional de envolvimento nas experiências de turismo reais no local onde foi filmado o evento, e por sua vez, quanto mais forte for o grau de correlação de envolvimento entre a audiência e os caracteres de conteúdo do filme, mais as experiências reais no local de turismo serão benéficas para os visitantes. No fundo, as dimensões de envolvimento, principalmente as de condição emocional, a memória e a encenação, exaltam a lembrança emocional e comportamental da experiência no visionamento do filme, e este fator, parece obter efeito no comportamento e atitude da audiência pós-visualização do filme nas experiências reais. (S. Kim, 2011)

O turismo de filme evidencia as oportunidades de marketing para o destino, mas é constatada a necessidade de gestão para o aproveitamento da oportunidade, nos destinos que pretendem implementar um filme turístico como meio promocional do local, e nos destinos que são acompanhados de uma campanha de marketing que se propõe à fundação de um nicho de mercado e de experiência. O filme turístico comporta um conjunto de desafios de gestão do destino, resultado de um aumento médio de afluência de visitantes entre 30 e 60%, que embora seja um acontecimento difícil de mensurar, é identificado que o aumento do consumo do destino provém do consumo substituto do local representado na televisão ou no cinema. Esta observação realça a longevidade turística que um filme atribui ao destino, que embora discutível, é possível que se afirme a longo prazo pelo culto ao filme ou pela fiabilidade dos fãs à criação audiovisual. Neste ponto em particular, as práticas de gestão e marketing num ponto turístico de filme poderão incentivar a expansão e desenvolvimento do destino, ou poderão criar a adversão ao local, pela falta de planeamento, pela falta de interesse do

crescimento específico do turismo, ou mesmo, pela insuficiência da resposta estratégica de marketing de destino, dos gestores ou da própria indústria do turismo. Contudo, realça-se que as tendências das práticas estratégicas no planeamento do filme turístico concentram-se no oportunismo, por via da capitalização de lançamentos atuais e do uso de imagens associativas em campanhas de marketing de destino. (Connell, 2012)

2.4.2 Estado da Arte: Cinema Turístico

Os filmes que se destinam unicamente ao turístico e que incluam uma história que possibilite uma comunicação turística diferenciada para os consumidores ou potenciais consumidores, parece que é um método muito pouco utilizado, e por consequência não existe muito conteúdo cinematográfico disponível. Parece também, que o género cinematográfico não está bem definido ou delineado, ou por ventura, estará inserida noutra categoria cinematográfica e não terá uma diferenciação mais específica.

Através de plataformas de vídeo disponíveis na internet, como o *Youtube*, foi possível aceder a cinema turístico utilizado para promover certos destinos, alguns de carácter profissional surgidos de organizações de turismo dos próprios países, em que alguns destes, inseridos em campanhas de atração turística, e outros de carácter mais amador, mas que por sua vez, por absorverem algumas características essenciais de promoção turística, e/ou tratarem-se de formas originais de promoção, também foram referenciados. De um modo geral, os filmes estudados obedecem a diversas categorias, das quais documentário, romance, trailer, ficção, ou então publicitário que recorre a técnicas de cinema.

O documentário sobre o *John Day River* é um filme turístico sobre uma comunidade de várias populações que se localiza nas proximidades do rio *John Day River*, no território norte-americano do estado de Oregon. Este filme propõe um sistema de discurso turístico sobre a comunidade através da população residente no destino, em que são referenciadas as diversas atratividades do local, como a equitação ou pesca, e especialmente, a grande atração da zona, que é a meia-maratona desenvolvida com obstáculos diversos e é destinada a visitantes e habitantes. O filme turístico sobre o *John Day River* é notoriamente uma comunicação de brand de uma marca fundada pelo esforço desenvolvido por um conjunto de empresas ligadas ao turismo, que agregou 19 comunidades ao longo do rio e proporcionou a cooperação entre elas, unificando com uma só marca e uma só visão de mercado. Assim, este filme enquadra-se num reposicionamento de mercado, visto que as declarações feitas pelos intervenientes fazem a comparação do destino entre duas fases da sua história, ou seja portanto, uma em que indicam alguns problemas económicos e de empregabilidade que fazia que muitos jovens abandonassem o território pela ausência de particularidades desafiantes, e outra que se refere a mudança deste paradigma, e que este local possui uma enorme riqueza com enormes atrativos para o investimento (<https://www.youtube.com/watch?t=156&v=U7eqE5iW-AA>).

Outro destes documentários trata de uma organização de nome *Basecamp Foundation* que realiza atividades de desenvolvimento do turismo do Quênia, com especial preocupação na sustentabilidade do turismo natural. Assim, habilita a população, em especial as mulheres, de capacidades e conhecimentos para atividades na indústria do turismo, em que se mantém o verdadeiro sentido da conservação e preservação do espaço natural. Neste filme turístico é apresentado a cultura do Quênia, desde os cantares tradicionais até ao artesanato, para além de toda a beleza natural do destino e dos animais na vida selvagem. De outro modo, este documentário trata do desenvolvimento de uma organização delineada para potenciação turística determinado território mediante a formação e cooperação da população, de modo a atingir a sustentabilidade turística (<https://www.youtube.com/watch?v=NZ1-oueaUYk>).

O filme intitulado *Guardians* é também enquadrado nesta preservação ambiental e da vida animal, com principal destaque desta última. O tema central do filme gravado em Neabilia, continente africano, é a harmonia que deverá existir entre a vida humana e a vida selvagem. Assim, a problemática que o filme aborda a dificuldade adaptação entre o homem e os animais selvagens, visto estes serem responsáveis pela morte de muito gado que se encontra no território. Portanto, devido ao reconhecimento da importância turística para o crescimento e desenvolvimento do destino, é referido no filme a procura de uma forma de evitar o conflito entre a vida humana e animal. A alusão do documentário turístico é mais enquadrado na proteção da vida animal, principalmente para que as gerações vindouras possam apreciar e observar por muito mais tempo a vida animal, mas por outro lado, a comunicação feita demonstra a atratividade ou ponto forte do destino que é as visitas turísticas aos habitats naturais destas espécies sem que estas sejam perigosas á vida humana. (<https://www.youtube.com/watch?v=o9LZXlAdipg>).

Noutro género cinematográfico romance, *Hold My Hand* é o conjunto de três filmes de promoção turística de Hong Kong. O primeiro da trilogia trata de um casal indiano que se desloca até Hong Kong para conhecer a região chinesa. Contudo, este mesmo casal encontra-se em fase de rutura, ou perto disso, demonstrando-se que a relação está diferente do que já houvera ter sido. Em termos de história, o filme centra-se no desejo do rapaz querer que a namorada lhe segure a mão como antigamente. O filme turístico utiliza o passeio do casal como forma de apresentação e demonstração de Hong Kong e das suas atividades de principal interesse turístico e também aspetos da sua própria cultura, desde edifícios arquitetonicamente inovadores, templos, as ruas de cidade, parque temáticos, Disney de Hong Kong, fogo-de-artifício, o metro, monumentos como estatuas e pontes, jardins, edifícios coloridos, e ainda fazem referência à música e instrumentos tradicionais e à gastronomia, e também a *Victoria Harbour* (porto natural entre Hong Kong e *Kowloon*), entre outras referências. Este filme turístico é mais enquadrado na ideia de promoção de um destino pela via de um enredo cinematográfico, em que não só capta a atenção do espectador pela

história do filme, mas também pelos atrativos turísticos que rodeiam as personagens ou que funcionam como transições de cenas. Sobre este ponto em particular, estas imagens são expostas perfeitamente articuladas com o enredo, o que atribui um valor adjacente ao valor e importância que a imagem tem. Por fim, perto do final do filme a tela é dividida em vários retângulos que permitem a visualização de vários vídeos em simultâneo, no entanto, embora o apresentado não se identifique com algo de muita informação para os espectadores, existe sempre alguma desta informação que se perde e que poderá ser relevante no âmbito do objetivo turístico (<https://www.youtube.com/watch?v=9gR-VGz-t4c>).

The Souvenir é o nome do segundo filme turístico sobre Hong Kong na trilogia *Hold My Hand*, este romance desenvolve-se a partir de duas personagens que não se conhecem, e acidentalmente chocam dando-se aí a primeira conversa. O personagem desenvolve alguma compaixão pela atriz, visto esta desempenhar o papel cega e por conseguinte, não poder ver Hong Kong. Por esse motivo, este passeia com a atriz demonstrando e descrevendo Hong Kong. No início do filme é apresentado algumas situações tipo que os turistas podem usufruir, sendo também notório, a imagem que tendem transmitir do dinamismo de Hong Kong, ou por outras palavras, em Hong Kong há muito para fazer. Portanto, é apresentado muitas pessoas em movimento, muitos sítios e locais (neste caso parecem ser zonas mesmo dedicadas a turistas), casamentos e referência a “*Chinese Arts and Crafts*” que é uma loja tradicional chinesa de artesanato. Por outro lado, é apresentado um teleférico que circula pelo meio da natureza, um miradouro demonstrando a grandiosidade do destino. Neste último ponto em particular, esta imagem da cidade é feita através de vários pontos, e para além disso, o filme frisa o anoitecer da cidade e, posteriormente, a imagem majestosa da cidade à noite, toda iluminada e com raios de luz a circular entre os prédios. Para além disso, é constantemente frisado as referências aos filmes de Bruce Lee, já que, estes foram produzidos em Hong Kong. Este filme possui o mesmo tipo de comunicação que o anterior, ambos de um género de comédia romântica, no entanto este último, utiliza um carácter mais emocional e sensibilizador pelo facto de a personagem ser cega. No entanto, não indica que o filme tenha características mais dramáticas para o espectador, muito pelo contrário, existindo uma certa comédia sobre esse facto, principalmente quando são feitas as referências aos filmes de Bruce Lee. Assim, leva até a crer, que a abordagem feita, embora subtil, que Hong Kong possui condições para receber pessoas com algumas limitações físicas. (<https://www.youtube.com/watch?v=9gR-VGz-t4c>).

O filme turístico que completa a trilogia, de nome *Altair and Veja*, é relativamente diferente dos anteriores em termos de história, ou seja, embora se trate de romance, os acontecimentos apresentados pelo casal estão inseridos como recordações da relação em Hong Kong. Assim, pode-se referir que a forma como são apresentadas as imagens é um tanto ou quanto mais artística. A parte três do filme “*Hold my Hand*” inicia com uma passagem que descreve a cor amarela do sol de Hong Kong que ilumina o ambiente da cidade. Esta passagem

esta relacionada com o seguimento do desenrolar do filme, mas é notório a transmissão que Hong Kong é um destino que incentiva ao romance. Nos segundos iniciais, o enfoque é numa das características importantes para o turismo que é o transporte, neste caso o aéreo, e posteriormente, o terrestre com o automóvel e as estradas (com referencia nas indicação de direção). Durante os restantes filmes e este também não é exceção, é frisado os transportes terrestres, como o autocarro e metro, o que leva a crer, que a comunicação é feita no sentido da demonstração da mobilidade de Hong Kong. O seguimento do filme, e no fundo, é uma das principais características específicas desta terceira parte em particular, é a apresentação dos espaços que compõem a cidade, no seu todo e no seu particular. Ou seja, a cidade de dia e noite, o movimento das pessoas freneticamente, os espaços comerciais, os templos e a Disney de Hong Kong. Destaque interessante durante este primeiro minuto de filme, a referência a de JCB com o *slogan* “*Good times start here*”, que se enquadra com o filme turístico. No terceiro capítulo, o ponto de maior ênfase é a vida na cidade, como as lojas, os cinemas museus e exposições, Disney Land de Hong Kong, parques temáticos, templos, estátuas e casas arquitetonicamente tradicionais. A descrição feita pela *voice over* da atriz ainda faz a referência de um Festival *Seven Systems*, onde para além do descrever como se de publicidade se trata-se, também o ajusta à história (<https://www.youtube.com/watch?v=EwKPEv5rTP4>).

Intitulado *Love Beijing* é um filme turístico promocional de Pequim, China, que está inserida numa campanha chamada *72 Hours Visa Free Tours*, onde é possível conhecer o território de algumas cidades chinesas em 3 dias, com o máximo de aproveitamento do tempo. A curta-metragem *Love Beijing* retrata a passagem de uma rapariga canadense pela cidade de Pequim durante 72 horas antes de chegar ao seu destino na Malásia. O filme aborda as experiências da turistas especialmente culturais de uma rapariga que se sentiu atraída pela cidade e se afastou do grupo da excursão que ia até à Malásia. O desenvolvimento do filme é dividido em duas histórias, por um lado a rapariga norte-americana que descreve o envolvimento emocional com a cidade, e por outro, a guia turística que a procura pela visitante canadense por Pequim. O afastamento da personagem do grupo e a inclusão de algumas declarações mais voltadas para a enorme cultura que se apresenta, sugere que pretende-se comunicar que este destino dá vontade de descobrir, com a representação da personagem que essa vontade é manifestada quase por impulso. O filme inicia com o argumento turístico que não existem vídeos ou imagens que demonstrem o sentimento e a emoção que se possui ao estar perante a magnífica imagem do palácio situado na cidade proibida *Jingshan*. Esta declaração é acompanhada com a imagem majestosa e impressionante da cidade, notando-se nesta passagem, a arquitetura tradicional, a dimensão da cidade, entre outras zonas ou monumentos, que representam culturalmente o País. Durante o passeio da personagem pela cidade é enunciado que este destino é abundante em cultura e que as pessoas têm um modo próprio de viver. Esta mensagem e o vídeo pretendem descrever e caracterizar a população, no sentido que os habitantes estão dispostos a partilhar a sua cultura, desde a gastronomia

(representado pelas porcelanas chinesas), tradições e religião, música (não só no local mas também no concerto demonstrado nos minutos posteriores do filme) e outros tipos de arte, e língua. Todas estas características estão expostas num encontro no café entre a atriz e outros atores que representavam os habitantes. No ponto de vista de turístico, estes argumentos culturais e históricos, parecem ser os pontos fortes de atracção turística de Pequim, e tal como os monumentos e espaços urbanos demonstram a cultura chinesa, também as populações têm-na enraizada e pretendem transmiti-la. Assim, apresentadas imagens de diversão, felicidade e de afinidade entre as personagens, desde ir comprar roupa alusiva a Pequim, a visualização de *xiangsheng* (tipo de comédia tradicional chinesa), ou outros acontecimentos relacionados com arte tradicional chinesa (referência à pintura tradicional feita pelos turistas) e exposições. Para além disso, ainda são apresentados artefactos (uma espada tradicional chinesa), os palácios, templos e outros monumentos (<https://www.youtube.com/watch?v=j5ojMW1MWh4>).

Normalmente, as técnicas de promoção turística inserem-se em gênero de publicidade e não com um carácter cinematográfico. Não obstante, existe outros como é o caso o “*Newfoundland Tourism*” que utiliza técnicas utilizadas no cinema para dar mais ênfase e impacto às imagens apresentadas. O filme de *Newfoundland and Labrador* é um vídeo promocional de uma ilha do Canadá com o mesmo nome, e a elaboração deste filme segue o género publicitário com marcas mais cinematográficas da imagem e especialmente do som. Assim, o desenvolvimento do filme é simplesmente um ator que caminha por uma paisagem arrebatadora e grandiosa até chegar ao desfiladeiro onde é observável uma vista extraordinária do mar. Do ponto de vista de atratividade turística, a utilização de técnicas de cinema para promover um destino pode ter sido uma boa escolha, visto que, a partir delas também é possível cativar e captar a atenção do espectador, e o som e a imagem permite transmitir por outro lado a ideia do filme. Enquanto som, está representado no filme o suspense e o mistério, aliado a imagens, que do ponto de vista turístico, não são atraentes devido a não existir nada de substancial, ou chamativo. Contudo, o desenvolvimento do filme demonstra-se surpreendente quando é visível a beleza que o desfiladeiro comporta, embora não seja o único verdadeiramente grandioso, já que é visível rochas e montanhas extraordinárias e um iceberg. Portanto, fica então a mensagem que há beleza por descobrir (<https://www.youtube.com/watch?v=2aRFuguc7bk>).

O filme turístico *Tourism Malaysia Short Film* é uma curta-metragem amadora de promoção da Malásia, que embora seja notoriamente de baixo orçamento, consegue comunicar de uma forma relativamente simples os pontos fortes do país e que são motivo de atracção visitas turísticas. Por outro lado, é referido no filme a pluralidade racial da população Malásia, e portanto, agrega pessoas de outras nacionalidades de países próximos, como o caso da China ou da Índia. Assim, não é só frisado a diversidade cultural existente no país que afeta diversas áreas, como a gastronomia ou a religião, mas também, frisa o modo pacífico que a

diversidade cultural se conjuga e os povos se relaciona. Portanto, o argumento deste filme pretende simular a interação de vários povos como forma de descrição da natureza multirracial da Malásia, através da interação das três personagens dos diversos locais asiáticos. Assim, é feita uma abordagem sobre a gastronomia variada que se pode encontrar no destino, representada por cada um dos intervenientes dos países já indicados. Para além disso, personagem representativa da Índia, e que por sua vez representa o papel de fotógrafo, fala de outras atividades turisticamente atrativas. Para isso, recorre a vídeos e imagens da organização de turismo para demonstrar alguns pontos de interesse a nível turístico, como as várias ilhas, florestas tropicais, boas praias, a vida selvagem, arquitetura da cidade, o conjunto de pessoas que aparentemente são de locais diferentes (nova relação com a característica multicultural da Malásia), os templos, palácios, e outros edifícios (notoriamente representativos de marcos da história do país), tal como apresentação de música tradicional e rituais (https://www.youtube.com/watch?v=xk7X_pjg1Og).

O filme turístico *I am a tourism* é um filme promocional de Amesterdão, Holanda, que é elaborado segundo ao que parece de forma independente por *Phil Spiering*. Contudo, este filme relaciona a marca turística *I amsterdam* como base do conceito de filme, e de certa forma, é a comunicação da marca que faz o desenrolar do filme. O filme trata de um jovem que vai de viagem até Amesterdão pela primeira vez, e durante esta viagem recebe uma mensagem no telemóvel anónima a desejar-lhe as boas-vindas a Amesterdão e a questiona-lo se quer conhecer o escritor da mensagem de texto móvel. Cria-se neste momento no filme, o mistério da identidade do originário das mensagens móveis, tanto no espectador como do próprio visitante.

Consequentemente, ao chegar ao destino, a personagem procura então pela cidade quem comunica com este a partir de pistas ou sugestões indicadas nas mensagens. Contudo, por fim a percebe-se que a origem das mensagens resultam da marca *I Amsterdam*. A mensagem no telemóvel da personagem do filme faz desenrolar todo o enredo com a exploração dos locais de Amesterdão que a personagem vai passando, desde os transportes aquáticos e terrestres, o alojamento, as animações de rua, a gastronomia, as igrejas, as ruas, pontes e rios. Numa segunda parte, a abordagem é feita pela noite de Amesterdão, através dos locais noturnos como é o caso do *Paradiso Amsterdam*. O filme aborda as experiencias vividas por alguém que vai pela primeira vez ao destino, e este ponto de vista é logo colado no inicio do filme e no seu próprio titulo. Desta forma, é transmitida a sensação que a personagem é uma representação de qualquer turista que pretenda conhecer Amesterdão. Assim, toda a postura do filme é feita através da ideia da experienciar, conhecer, ou visitar Amesterdão (<https://www.youtube.com/watch?v=AFHGBPU63zc>).

Explore Sekongkang - A Bit Taste of Heaven é uma curta-metragem provinda de *Sekongkang*, Indonésia, em que o tema do filme utiliza a ideia de exploração natural do destino como base do desenvolvimento da curta-metragem, para isso, o início do filme é apresentada uma

personagem que pretende conhecer a zona, explorar e tirar fotografias do espaço natural que cobre todo o destino, em conjunto com uma outra atriz que o acompanha nesta viagem. Assim portanto, o grande foco neste filme são as paisagens naturais de sol e mar e também de natureza local. Deste ponto de vista, é indicado pelo título do filme um pequeno sabor do paraíso, ou seja, portanto, é significativo a inexistência de muita intervenção humana no destino, e por si só, é enfatizado este destino como um local de muita natureza, mar e vários locais para explorar. Assim, é visível a enorme baía envolta de montanhas que descreve a entrada neste local turístico e ponto de início da exploração da personagem. A viagem de mota da personagem principal e do figurante deu para observar a elevada vegetação que cobre a estrada. Depois o filme centra-se na paisagem da união entre o mar e a floresta (quase como se fosse uma ilha abandonada) envolto por umas montanhas rochosas que as personagens exploram. Sobre este mar, é distinguido a possibilidade de pescar, nadar e fazer surf (estes três pontos são destacados como pontos chaves de atracção do local). Para além disso, acompanhado ao espaço natural é apresentado um Resort com piscina e jardim. O espaço natural é ainda explorado do ponto de vista de descoberto, onde as personagens encontram praias fluviais com cascatas no meio da natureza (esta natureza que é apresentada como possível de explorar). O vídeo termina com uma apreciação do pôr-do-sol e da gastronomia do local num jantar ao pé da praia (<https://www.youtube.com/watch?v=J4ArJx1stPU>).

O filme turístico *Tasmânia - Bigger than Australia* que promove, como indica o nome do filme, a Tasmânia, Austrália, é elaborado em forma de trailer, explorando cinematograficamente uma visita turística de um casal à Tasmânia. Sem dúvida uns dos mais originais dos encontrados sobre turismo, visto utilizarem não só os conceitos de cinema e de trailer para despertar o interesse dos telespectadores, mas também desenvolverem um conteúdo simples relacionado com férias que ocorre a qualquer turista mas exagerando ao ponto de tornar imperdível a visualização deste filme, ou por outras palavras, imperdível esta viagem ao destino. Este filme para demonstrar esta magnitude de atratividade é focado as passagens naturais que compreendem a Tasmânia, desde rios envoltos de floresta, grandes montanhas, desfiladeiros, praias e rios pelo meio de montanhas. Para além disso, ainda fazem referência à gastronomia (refeições frescas - é demonstrado peixe), vinhos (e também as vinhas) e mel. Por fim demonstram as acomodações luxuosas (https://www.youtube.com/watch?v=_DbW9PmpCH4)

Capítulo 3

3. Metodologia

O Projeto pretendeu a aplicação direta de marketing estratégico na promoção turística da Serra da Estrela, utilizando como meio de comunicação o cinema, ou seja portanto, a construção de um filme turístico de promoção da Serra da Estrela. Assim, a formulação do projeto foi conduzido segundo três fases até ao produto final. Inicialmente foi necessário a investigação do mercado, nomeadamente no que se refere a Turismo da Natureza que é o característico da Serra da Estrela. Esta fase possui-o o objetivo principal de conhecimento do mercado, desde público-alvo e seus perfis, as características do produto Serra da Estrela, composição do mercado enquanto turismo, variações estatísticas do turismo, e atratividade do produto. A visão mais aprofundada do produto permitiu formular o planeamento estratégico constante no filme, viste que tornava-se mais fácil a identificação dos pontos fortes, os pontos fracos, as ameaças e as oportunidades no mercado. A segunda fase do projeto consistiu numa investigação de campo, ou seja, o conhecimento do produto Serra da Estrela em termos reais. Por esta via, foram escolhidos alguns dos locais segundo as características de valor natural, atração da época do verão, locais onde são realizadas atividades de Turismo de Natureza e outros constantes no Parque Natural da Serra da Estrela e que são património histórico, como é o caso das aldeias históricas. Posteriormente da análise dos locais para filmagem e enquadramento do enredo aos locais foram realizadas as filmagens entre 14 e 28 de Agosto. Por fim, na última fase procedeu-se à escolha das melhores filmagens e as melhores imagens da Serra da Estrela para realização da montagem, foi ajustada a comunicação elaborada, construção musical adaptada, e gravação do *voice over*, de modo assim concluir a curta-metragem turística.

Capítulo 4

4. Resultados

4.1 Objetivos Estratégicos

A visão turística da Serra da Estrela pelos estudos apresentados é notoriamente associada com o Inverno, com a neve e com o local mais alto de Portugal Continental, a Torre. E por si, este posicionamento do produto turístico é limitativo do potencial da Serra da Estrela, e nomeadamente quando se trata de Turismo da Natureza, ao qual o contexto serrado é nitidamente adequado. (Brandia Central, 2009)

A análise dos dados estatísticos de turismo do Centro e da Serra da Estrela de 2014 refletem algumas observações sobre o comportamento do mercado e da atratividade do destino serrano. É visível que existem maiores visitas estrangeiras no período do Verão ao território da Serra da Estrela, e essa constatação também é demonstrada na apreciação estatística do Centro de Portugal, o que poderá indicar que o posicionamento nacional enquanto Turismo da Natureza está a alterar-se. (Grande & Vedras, 2015) Contudo, é possível observar duas tendências em relação às procuras do Centro de Portugal. Considerando os dados do mês de Março e relacionando-o com o período do ano referente à época baixa, a procura estrangeira de hospedagem revela que a tendência de consumo estacionário dos visitantes do centro de Portugal é de 7% do Reino Unido, 5% da Alemanha e 4% da Holanda, França e Espanha. Por outro lado, a hospedagem por circuito apresenta os valores de consumo de 28% da França, 25% da Escandinávia, 23% da Holanda, 18% do Reino Unido, 14% da Espanha e Alemanha, e 5% do Brasil. Portanto, estes resultados indicam que a procura do centro do país como local de visita ou de hospedagem é maioritariamente por via de circuito e não por hospedagem estacionária. Embora os dados compreendam na generalidade a Serra da Estrela e não em particular, os dados sugerem que a procura da Serra da Estrela neste período representa uma tendência de turismo secundário e perfeitamente associada à neve. (Relat, 2014) Por outro lado, quando o período de análise se refere a Agosto e Setembro, ou seja, a referida época alta, os resultados indicam que a maioria da procura da amostra ficou hospedada na mesma cidade (80%) e os restantes 20% das hospedagens por circuito, optando por Lisboa (73%) ou o Porto (52%). Por outras palavras, os resultados da amostra apresentam que a região centro não possui uma hospedagem, quer estacionária quer por circuito, significativamente relevante. (Turismo de Portugal, 2014) Neste contexto, é possível considerar ainda algum desconhecimento da capacidade de Turismo da Natureza encontrada na Serra da Estrela pela quase ausência de hospedagem do destino, e por outro lado, esta perspetiva torna-se mais relevante quando a amostra dos turistas inquiridos indica que a visita a Portugal iria ser

realizada pelos itinerários previamente traçados, sendo que a Serra da Estrela ou o Centro de Portugal não foi considerado como itinerário. Assim, prevalece a ideia do conceito de procuras secundárias que pode afetar o destino serrano.

No caso do turismo de Portugal em relação à Serra da Estrela é observável a diminuição da procura no período do Verão em comparação com a época do Inverno (Grande & Vedras, 2015). Sugere que a procura nacional destaca como principal ponto atrativo do destino a neve. Este decréscimo estatístico da procura pode descrever três tendências de comportamento enquanto consumo, ou a atratividade do destino não é influente para realizar a visita, ou não corresponde ao desejo de consumo no período do verão, ou existe desconhecimento do consumidor do composto do produto Serra da Estrela. Contudo, na observação da atratividade da Serra da Estrela é destacável esse desconhecimento da marca e do seu potencial, principalmente no Verão, e por si só, estimula que existam alguns pontos fortes do produto que não são referenciados ou são pouco referenciados pelo consumidor provocando a descida significativa da atratividade geral em termos percentuais. Exemplo disso é o Património Histórico, População local, Oferta Cultural e Social, entre outros. (Brandia Central, 2009) Visivelmente, esta ausência de indicação das características ou variáveis que engloba toda a marca resulta de problemas de eficiência da comunicação turística. Particularizou-se no projeto a comunicação de algumas variáveis de atratividade de baixa referência pelos inquiridos, nomeadamente o Património Histórico e as Atividades Culturais e Sociais. Neste sentido foram selecionadas duas Aldeias Históricas como referências do Património Histórico para executar as filmagens, particularmente quando nestas aconteciam eventos culturais. Desta forma, permitiu a combinação entre Património Histórico e Atividades Culturais e Sociais, e por si só, permite o apoio à concretização de um dos grandes objetivos fundado para o projeto que é descoberta da Serra da Estrela.

Nitidamente, na análise de investigação sobre o Turismo da Natureza e da marca Serra da Estrela destaca-se o desconhecimento do destino e das suas particularidades, quer nacional quer internacional, e dessa forma influencia negativamente a progressão favorável ou o crescimento do Turismo da Natureza. O objetivo alicerçado na descoberta da Serra da Estrela é de certa forma, um propósito de educação de mercado no que se refere ao destino.

Particularmente, o enredo é construído sob a base da descoberta da Serra da Estrela, e incluída num dos motivos de viagem da personagem. Assim, assenta neste preceito a comunicação direcionada para os públicos de consumidores atuais ou potenciais. Contudo, mantém a possibilidade de despertar o interesse pela atratividade do público mais genérico, podendo não corresponder às práticas do conceito de Turismo da Natureza na sua generalidade, mas eventual interesse de alguns lugares atrativos do destino, ou a atividades descritas no filme.

A componente natural do produto Serra da Estrela é a característica mais abundante do destino, e por sua vez, é a mais indicada como variável mais atrativa do produto. (Brandia Central, 2009) Consequentemente é inegável o ponto forte da marca, e característica indispensavelmente associada ao conceito basilar do projeto. No fundo, é pela decisão que este fator deve ser efetivamente referenciado no máximo possível da sua plenitude, que o enredo do filme procurou desenrolar uma situação crítica e de clímax que obrigaria a personagem a realizar percursos pedestres. Por outro lado, este também foi o método lógico encontrado no desenvolvimento do conceito cinematográfico para a inclusão destes percursos, por si obrigatórios e indispensáveis à comunicação turística. Esta constatação esta relacionada com as atividades normais de ambos os segmentos e mercados constituintes do Turismo da Natureza, visto que, independentemente do grau de esforço físico desempenhado, ou o nível de interesse e contacto com a natureza, o grupo de consumidor da variante do turismo realiza percursos pedestres (Turismo de Portugal, 2006).

A construção do enredo tomou por base uma situação próxima da realidade, da qual o consumidor se identifique na visualização do filme, ou seja, uma viagem turística que sofre o percalço do automóvel deixar de funcionar. Conceptualmente, a opção estratégica é arriscada quando se trata de promoção turística, e especificamente quando se trata de um destino turístico puramente natural, como é o caso da Serra da Estrela. A metodologia utilizada para dinamizar as possíveis consequências na perceção do consumidor foi a tentativa de absorção do impacto negativo do avariar do automóvel com a comunicação em *voice over* dinâmica e positiva na sua generalidade, e a utilização deste percalço negativo para dar mais ênfase à componente mágica serrana, que influência de forma positiva psicológica e emocional. Este último pressuposto, e especificamente a envolvimento emocional com a personagem, com o enredo, e fundamentalmente com a Serra da Estrela, um dos objetivos meta do filme.

Pretende-se transmitir no filme turístico o carácter relacionado com o retiro. No fundo, é o verdadeiro motivo da viagem da personagem que a leva à descoberta da Serra da Estrela. A personagem representa o público-alvo do segmento do Turismo da Natureza Soft, e que embora a comunicação elaborada tenha sido direcionada para ambos os segmentos de turismo natural, este retém a maior direção comunicativas. Este segmento procura a natureza como local para descansar, e neste contexto, reflete-se no filme que esta motivação poderá ser satisfeita na Serra da Estrela.

Concluindo, o objetivo principal do projeto é o alargamento de mercado do produto Serra da Estrela, não só nas componentes do produto como época sazonal. Contudo, parece que seja necessário informar o mercado das atratividades serranas para que o destino também possa ser escolha de viagens turísticas no Verão.

4.2 Condução das Filmagens

A condução das filmagens foi elaborada com referência basilar o meio natural. Como referido anteriormente, a paisagem natural é um componente indetificador do destino, e por sua vez, é diferenciador e particular. A importância de captação desta realidade natural levou a que as filmagens se fundamentassem na técnica panorâmica, e essa razão intitula o filme turístico de PAN. Na verdade, era quase fundamental realizar as filmagens segundo este método, visto a dimensão da beleza paisagística obrigar a que a captação fosse assim consignada. Por sua vez, a opção de filmagem destinou-se a elaboração de planos gerais, focando mais como primeiro plano a natureza e a personagem como segundo plano, de uma forma geral. Contudo, foi necessário planos aproximados e de pormenor que consequentemente tiveram de ser realizados para coerência lógica do enredo.

A investigação do estado de arte de filmes turístico presente no ponto 2.4.2 foi necessária para a composição da curta-metragem, desde enredo, imagens a apresentar, métodos de comunicação, e até na conciliação de um enredo cinematográfico com a promoção turística. Contudo, como referido o conceito de filme turístico encontra-se muito pouco explorado e definido, podendo ser identificado em vários géneros cinematográficos. Assim portanto, a investigação consagrou a presença de documentários, romances, publicidades com técnicas cinematográficas, trailer, entre outros. Não obstante, existem dois que revelaram principal referência e relevância na construção da curta-metragem, como o filme *Love Beijing* e *Hold my Hand*, destacando-se principalmente as características emocionais e a formulação de história e apresentação de imagens promocionais. No fundo, estes dois filmes cinematográficos são os mais semelhantes aos objetivos do presente projeto. Contudo, ambos possuem a limitação para o projeto por se tratar de promoção de cidades, e dessa forma, dificulta a adaptação ao meio natural. Por outro lado, embora existam algumas referências que compreendem a captação natural de imagem natural, como *The Guardians*, estes não se conjugam com facilidade na ideia do projeto. Assim, foi necessário a investigação de outros filmes como os filmes *Into the Wild* ou o *The Wild*, que não possuem carácter promocional, mas o desenrolar do filme é todo em meio natural. Ambos os filmes permitiram tomar contacto com o tipo de planos de câmara utilizados em contexto natural, e ao mesmo tempo o método de exposição e enquadramento entre personagens e paisagem natural.

4.3 Personagens

4.3.1 Marina

Marina é a personagens principal da curta-metragem e é interpretada pela atriz Catarina César. A Marina é uma personagem fundada a partir do perfil de consumidores que realiza

Turismo da Natureza Soft e abrange de forma articulada três segmentos de mercado, ou seja, o segmento que têm como motivação principal descansar e relaxar na natureza, o segmento em que a motivação baseia-se num interesse básico ou ocasional na natureza, e ainda conforme o desenrolar do enredo, o crescimento de um interesse elevado e frequente da natureza sentido pela personagem, assim portanto, o terceiro segmento.

A personagem principal, Marina, é adaptada ao perfil de consumidores da natureza soft nas características relacionadas com os hábitos de informação para praticar turismo da natureza e hábitos de uso do meio envolvente natural. Marina adquiriu a informação do local onde iria passar as suas férias de Verão, como característico do tipo de consumidor soft, através da informação interpessoal, ou seja, o local escolhido proveio de um conselho de uma amiga (Stela), que lhe indica que o contacto com a natureza lhe poderá ajudar a descansar. No fundo, esta é a principal motivação para a Marina na realização de turismo da natureza, visto que esta necessita da abstração do meio natural de forma a obter paz de espírito e organizar mentalmente a sua vida. Assim, o seu percurso assenta-se fundamentalmente em atividades relacionadas com a descoberta de novas paisagens e onde as regista em formato de vídeo. As filmagens elaboradas pela personagem não se destinam exclusivamente à angariação de vídeos demonstrativos das paisagens e da flora constituintes da Serra da Estrela, mas também da vida animal, ou seja a fauna do local em estudo. Para além destas atividades, a personagem visita locais atrativos e interessantes, principalmente aqueles que são frequentemente procurados na época do Verão nestes meios naturais, como as praias fluviais, mas também outros atrativos provenientes das Aldeias Históricas, não só os monumentos históricos, mas também outros eventos que acontecem nesta época de Agosto. Assim portanto, a personagem teve a possibilidade de conhecer as festividades de Linhares da Beira que coincidiu com o encontro de Parapente, e também Belmonte Medieval 2015 (Feira Medieval de Belmonte).

A personagem não foi construída de forma linear e estática, demonstrando a possibilidade de obter outro tipo de experiência da Serra da Estrela. Esta característica é visível na escolha de alojamento, que varia entre os hábitos de consumo de turistas da natureza soft e hard. Assim, a personagem opta por um alojamento numa habitação como é habitual nos turistas da natureza soft, e ao tomar contacto com um grupo de amigos representantes de turistas da natureza hard, decide acampar no meio da natureza como característico deste segmento de turistas direcionado para o perfil da natureza hard.

A caracterização da personagem enquanto segmentos de mercado abrange três tipos que correspondem a uma grande maioria do mercado de turismo da natureza (85%), ou seja, estes mercados são distinguidos mediante a motivação principal que leva o consumidor à procura deste tipo de mercado, assim portanto, ou para descansar e relaxar na natureza (40%), ou com um interesse básico na natureza (30%), e interesse elevado na natureza (15%) (Turismo de Portugal, 2006). A transição motivacional no turismo da natureza da personagem é

desenvolvida a partir de dois conceitos, dos quais as características emocionais e psicológicas da personagem, e por outro lado as questões relacionadas com o enredo do filme que permitem e impulsiona que personagem tome contacto com outro tipo de experiência, que no fundo, afetam positivamente e influenciam o estado da personagem, devido à magnitude natural da Serra da Estrela. Assim, é marcado no perfil psicológico de Marina a curiosidade, a vontade de descoberta, tal como a atracção pelas experiências únicas.

Portanto, quando Marina tomou a decisão de passar as suas férias na Serra da Estrela, a sua escolha insidiosa em motivações particularmente de descanso, relaxamento e de afastamento da vida do seu dia-a-dia, no entanto, quando tomou contacto com a natureza proveniente da Serra da Estrela, o interesse básico pela natureza surge como motivo de interesse que lhe atribui uma mais-valia nesta experiência na natureza. Assim, pode-se considerar que Marina nos primeiros momentos do filme representa dois dos segmentos já descritos do público de turismo da natureza. Quanto ao terceiro segmento, é fruto das circunstâncias decorrentes com o avario do automóvel, visto que de uma forma causal a personagem interage e interliga-se mais fortemente com a natureza da Serra da Estrela, ganhando assim um especial interesse pela natureza.

O projeto filme sobre a Serra da Estrela foi desenvolvido a partir da premissa da descoberta, ou seja, permitir que o público descubra os tesouros escondidos da Serra da Estrela e que não são conhecidos pelo grande público e por ventura também não são valorizados ao nível do valor que estes possuem. Sendo portanto, esta a orientação da construção do filme, os nomes escolhidos para algumas destas personagens estão relacionados com os Descobrimientos Portugueses do Séc. XV. Por conseguinte, os territórios circundantes à Serra da Estrela como a Covilhã e Belmonte foram locais pertinentes e marcantes na história de Portugal, não só pela proveniência de Belmonte de Pedro Alvares Cabral (descobridor do Brasil em 1500), mas também pela forte associação da região da cova da beira aos descobrimentos e a navegação. Neste sentido, o nome da personagem principal é uma referência ao centro portuário onde atracam os barcos. Simbolicamente, este nome também sugere uma personagem presa no seu dia-a-dia, e que pretende descobrir para além do conhecido, neste caso a Serra da Estrela, como um barco atracado na marina que pretende navegar.

4.3.2 Alex, Joey e Anastácia

O mercado de turismo da Natureza compreende um segmento de consumidores direcionados para o desporto de aventura, embora seja uma percentagem pequena de visitantes com este tipo de práticas, o grupo de amigos Alex, Anastácia e Joey pretende ser representativo do segmento.

As personagens Alex, Anastácia e Joey, interpretadas por Márcio Gonçalves, Anastácia Stebayeva, e João Prazeres, respetivamente são um grupo de amigos aficionados ao desporto

e praticantes amadores de snowboard e esqui, que decidem realizar uma viagem por vários locais da Serra da Estrela à procura de aventura e da possibilidade praticar outros desportos, como referido no filme, a canoagem. O grupo está alojado no campismo em perfeita proximidade com a natureza e pretende continuar o seu trajeto pela Serra da Estrela e outros locais da Beira.

O grupo de amigos Alex, Anastácia e Joey em contacto com a personagem principal Marina é exposto a união de dois tipos de consumidores de turismo da natureza. Por um lado um grupo de amigos com a preferência de turismo da natureza hard e com forte ligação ao Inverno da Serra da Estrela, e por outro lado, uma turista da natureza soft que descobre o Verão no local em estudo. O grupo de amigos corresponde a uma representação do segmento de mercado de turismo de natureza hard, como já tinha sido dito, em que o seu objetivo no filme é demonstrar que existem locais onde se pode acampar perto da natureza e que existem desportos que se podem praticar no terreno serrano. Aliás, este último ponto sobre o desporto, também o é comunicado pela personagem Marina em Linhares da Beira com o grupo de Parapente. No fundo, a comunicação que se pretende transmitir com o grupo de amigos é que o meio natural da Serra da Estrela é um local propício para este tipo de consumidores. Por outro lado, o grupo de turistas é representativo da identidade da marca Serra da Estrela que é perfeitamente associada à Neve e à Torre, ou seja portanto, ao inverno. Esta posição do filme relaciona o salvaguardar do atrativo de Inverno da Serra da Estrela e a identidade perfeitamente presente, e consequentemente o posicionamento na mente dos consumidores. Não obstante, o conceito de identidade criado anteriormente não é impeditivo do alargamento turístico do produto para épocas que não correspondam unicamente ao Inverno, e por isso, a demonstração da atratividade da época do Verão é um método estratégico que pretende prolongar o tempo turístico do destino, ou pelo menos, transmitir que a Serra da Estrela também é uma opção de férias para os consumidores. No fundo, alterar a visão condicionada dos turistas ao Inverno, à Neve e à Torre da Serra da Estrela. A personagem Marina desempenha o papel do elo entre a perspectiva do consumidor que a Serra da Estrela é limitada por atrativos relacionados com a neve, e a curiosidade em descobrir algo mais na Serra da Estrela. Deste ponto de vista, a personagem Alex desempenha um papel impulsor da curiosidade de descoberta da Marina, quando a convida e apresenta outros locais da Serra da Estrela que esta desconhecia. Assim, a viagem de Alex e Marina permitiu a demonstração da Lagoa Comprida, a Lagoa Escura, o Miradouro da Senhora do Espinheiro, a praia fluvial da Lapa dos Dinheiros e como não podia deixar de ser, a Torre e o seu teleférico. Assim, para além destes locais, a personagem Alex transmite que os locais demonstrados são uma muito pequena parte da Serra da Estrela e que está escondido muitos mistérios. Portanto desta forma, é incentivada a curiosidade do espectador pelo destino turístico. Para além disso, a personagem Alex também surpreende a Marina com alguns produtos gastronómicos típicos da Serra da Estrela como o queijo amanteigado da Serra da Estrela, algumas compotas, licores e ginja.

No que diz respeito ao enredo, Alex desempenha um papel de orientação de Marina, no seu percurso pela Serra da Estrela, ou seja portanto, este convida a personagem principal a juntar-se ao grupo de amigos e continuar a explorar a Serra, e por outro lado, é demonstrado um especial interesse de Alex pela Marina, o que o leva a intervir nos problemas intrínsecos da personagem. Contudo, este convite é rejeitado e Marina prefere continuar só a descobrir a Serra da Estrela, e o mesmo acontece com as questões particulares.

4.4 Locais

4.4.1 Aldeias Históricas

4.4.1.1 Belmonte

A história de Belmonte remonta a Idade Média, período do reinado de D. Sancho I, em que este território a consentimento do Foral de 1199 promulgado pelo rei ficou sob a jurisdição da Covilhã até 1385, visto que D. Sancho I implementava uma política de povoamento e reforço da defesa fronteiriça. Na verdade, o território de Belmonte desde que se tem conhecimento, sempre ficou relacionado com o concelho da Covilhã, explicitamente a partir do Foral concedido em 1186, mas a presença humana alberga a pré-história e proto-história com as marcas fixação humana no território como Anta de Caria, os Castros de Caria e da Chandeirinha. Não obstante, não são as únicas incidências humanas, sendo possível a observação da presença romana, principalmente nos testemunhos da Torre Centum Cellas ou na Villa da Quinta da Fórnea.

Contudo, o desenvolvimento da vila no século XIII apresentava um fraco crescimento, o que explica a existência de duas únicas igrejas (São Tiago e de Santa Maria) e uma Sinagoga. Contudo, esta situação alterou-se nos séculos seguintes, visto que na primeira metade do século XVI, o concelho de Belmonte era a comarca de Castelo Branco com a maior densidade populacional, e no século XVIII, a população de Belmonte atingia os 1416 habitantes. O desenvolvimento de Belmonte do século XVI, não se deu unicamente pela época de ouro da nação portuguesa proveniente do século anterior com os descobrimentos, mas também pela presença de Judeus que favoreceu algum comércio, visto que Belmonte alicerçava a sua dependência à pecuária e à agricultura.

Os Judeus mantiveram-se resistentes em Belmonte frente às diversas tentativas de expulsão dos reis católicos, ou mesmo o decreto de expulsão ou conversão de D. Manuel I no período da Santa Inquisição. Este marco da comunidade judaica é recordado no Museu Judaico, onde estão presentes peças desde a Idade Média ao século XX, utilizadas por judeus e cristãos

novos no quotidiano ou nas práticas religiosas. Para além do museu Judaico, Belmonte possui uma Sinagoga Bet Eliahu de construção recente (1996), visto que a antiga Sinagoga de Belmonte não sobram vestígios, mas ao que consiste, já existiria uma no século XIII mediante a comprovação pela pedra existente no Museu Judaico.

A administração de Belmonte e do Castelo era exercida pelo alcaide local, o que desde 1398, o cargo pertencia ligado à família Cabral, com primeiro alcaide Luís Alvares Cabral. O Castelo e uma Torre foram construídos sob autorização de D. Afonso III ao Bispo D. Egas Fafes em 1266, mas mais tarde em 1446, o rei D. Afonso V doou este mesmo castelo a Fernão Cabral, pai de Pedro Alvares Cabral, para construção da sua residência, deixando as funções militares do Castelo para segundo plano. Assim, é visível a adaptação do Castelo a residência com janelas panorâmicas e uma janela do estilo manuelino.

Em 1500, o navegador Pedro Álvares Cabral comandou a segunda armada em direção à Índia, ao que deu lugar à descoberta do Brasil. Este grande feito é motivo de adoração do navegador o que valeu à escultura de Pedro Alvares Cabral elaborada em 1961. No fundo, Belmonte sempre esteve associada à família Cabral e este facto é observável em alguns monumentos presentes na vila, nomeadamente a Igreja de Santiago e Panteão dos Cabrais. Pensa-se que a igreja terá sido construída em 1240 por intermédio de D. Maria Gil Cabral, sendo na época a Capela de Nossa Senhora da Piedade. Posteriormente, em 1433, pela altura de Fernão Cabral, unificou-se a Capela dos Cabrais, tornando o conjunto dos monumentos a Igreja de Santiago e Panteão dos Cabrais, Panteão este que guarda as cinzas de Pedro Alvares Cabral e outros elementos da sua família. Ou de outra forma, o que atualmente é o Museu dos Descobrimentos que alberga também a Biblioteca e o Arquivo Municipal, foi outra hora a habitação da família Cabral após o incendio que atingiu a ala oeste do Castelo.

No século XIX, Belmonte foi marcado por algumas reformas administrativas, sendo que em 1811, encontrava-se judicialmente anexa à Sortelha na Comarca, Provedoria e Diocese de Castelo Branco, em 1842 pertencia ao distrito administrativo da Guarda, e em 1855 as reformas administrativas incorporaram Caria ao Concelho de Belmonte, alargando o mesmo, e mais tarde, em 1895, as freguesias do concelho foram anexadas à Covilhã, extinguindo assim, o concelho que seria de novo restaurado três anos depois.

Belmonte é recheado de monumentos históricos que contam momentos da história de Portugal, como o antigo Paços do Conselho criado no século XV, ou seja, o atual Largo do Pelourinho, que guarda consigo o simbolismo da resistência às Invasões Francesas do século XIX com as pedras de armas do edifício picadas sob ordem de Junot, devido à não redição de Belmonte. Outro marco histórico português é indicado pela construção de baluartes no Castelo durante o século XVII, reafirmando-o na função militar, sendo este o resultado das Guerras da Restauração contra a Coroa Espanhola.

Para além de outros marcos arquitetónicos quer religioso quer residencial, como a Câmara Municipal de Belmonte construída segundo uma arquitetura civil oitocentista, ou a Capela de Santo António que data o século XV, e a Capela do Calvário que se tratar de uma edificação sob uma arquitetura oitocentista religiosa de revivalismo neogótico (Aldeias de Portugal, n.d.).

A escolha de Belmonte para a realização das filmagens reside em duas questões fundamentais, uma delas por representar uma aldeia histórica de grande marco na História de Portugal pela proveniência do navegador Pedro Alvares Cabral, e consequentemente pela resposta à lacuna encontrada sobre a não associação ou fraca associação dos consumidores ao património histórico no que diz respeito à Serra da Estrela, e por outro lado, a possibilidade de constar dentro das filmagens a Feira Medieval de Belmonte, ou seja, Belmonte Medieval, o que se entende como uma mais-valia para o projeto.

Os resultados do estudo de avaliação da atratividade dos destinos turísticos de Portugal Continental para o mercado interno demarcam o Património Histórico como uma das variáveis pior avaliadas no contexto do universo em estudo, encontrando-se 12% abaixo no que diz respeito à atratividade da marca. Esta associação negativa feita pelos consumidores à Serra da Estrela, deve-se à tendência associativa da marca às atividades de inverno, o que revela que a insistência da associação se deve à falta de melhoria da comunicação sobre o Património Histórico presente na Serra da Estrela (Brandia Central, 2009)

Assim, seria indispensável a demonstração de Belmonte no filme turístico, e principalmente quando a vila recolhe monumentos e conteúdo histórico como descrito anteriormente com forte poder de atracção, ou por outras palavras, um Património Histórico valioso perto do Parque Natural da Serra da Estrela. Por outro lado, no mês de Agosto, mais propriamente nos dias 14, 15 e 16 de Agosto de 2015, em Belmonte deu lugar a Feira Medieval de Belmonte (Belmonte Medieval) que é um dos eventos altos durante o todo ano da vila.

Existe um problema de perceção do consumidor da oferta cultural e social da Serra da Estrela, e consequentemente quando testado a atratividade desta mesma variável, os resultados indicam que esta realidade encontra-se a 17% a abaixo da média nacional. De outro modo, quando se observa o número de noites que os visitantes planeiam ficar no destino, a hipótese de ficar 5 a 6 noites ou mais de 6 noites revela a pior percentagem em comparação com outros destinos concorrentes e alternativos como o Alentejo, Alentejo Litoral, Algarve e Norte de Portugal de 24%. (Brandia Central, 2009) Por outro lado, o Centro de Portugal parece ser um local de hospedagem por circuito, ou seja, os turistas estrangeiros realizam as hospedagens em vários locais, e é notório o crescimento do Centro 10 p.p. em comparação entre hospedagens estacionárias e hospedagens por circuito. (Relat, 2014) Esta

realidade também afeta particularmente a Serra da Estrela, e este dado pode dever-se à ausência na mente dos consumidores da existência de eventos culturais e sociais dentro território do destino, o que não corresponde à realidade.

Belmonte Medieval é um evento que dura três dias onde se converte a vila numa aldeia da Idade Média, principalmente na zona histórica, área circundante ao Castelo e também dentro deste. No recinto da feira foi possível encontrar vários comerciantes de artesanato, locais onde estão presentes variedades gastronómicas, dois acampamentos destinados ora aos Mouros ora aos Militares Cristãos, uma zona teatral em frente do Castelo e outra zona dedicada aos Arqueiros d'El Rei. Todas estas zonas e aquelas que compreendiam o território da feira estavam devidamente decoradas consoante a época, e o mesmo acontecia com os participantes que estavam vestidos a rigor. Para além, de toda esta simbiose que nos transporta até outras alturas da história, a feira ainda contou com outros eventos como Tiro com Arco, oficinas onde de se pode experimentar outras atividades da época (Oficina de *Lucette* e Oficina Cota d Malha), e ainda outro tipo de cortejos (Santiago e Tratado das Fronteiras) e espetáculos (espetáculo *Kinassis*, espetáculo equestre teatral, espetáculo de fogo), animações de rua e terminou com a demonstração teatral do Assalto ao Castelo: “A Lenda da Prensa”.

Neste contexto foi considerado este momento da Feira Medieval de Belmonte o evento propício para realizar as filmagens, com o objetivo de apresentar no filme turístico alguns dos eventos que se realizam na Serra da Estrela e em locais próximos do parque natural. Assim, em termos de atuação no filme consistiu num passeio das personagens Marina e uma amiga (representada pela atriz Andreia Carvalho) por toda a feira, onde foram registadas em formato de vídeo não só as personagens em momentos de divertimento, mas todo o conteúdo da feira, desde as vestes, os animais presentes, gastronomia, o teatro do Assalto ao Castelo, animação de rua, decoração dos acampamentos e da vila, ou até o comboio turístico que circulou em Belmonte. Para além das filmagens focadas no conceito da feira medieval, foram realizadas outras filmagens em dias anteriores que abarcaram grande parte dos monumentos históricos presentes em Belmonte e outros vestígios da época Romana.

4.4.1.2 Linhares da Beira

A fundação da vila de Linhares da Beira remonta a idade medieval com o Foral concedido no reinado de D. Afonso Henriques, no contexto da reconquista Cristã de Portugal aos Mouros. Contudo, Linhares alberga um historial de povos antecedentes ao período da formação de Portugal, devido aos registos escritos que demonstram a fixação de povos pré-romanos, romanos, visigodos e muçulmanos. Linhares da Beira quando da sua fundação realizava um papel defensivo que fazia parte de todo um sistema que guardava a Bacia do Mondego, na retaguarda da raia beirã, e esta função estratégica prolongou-se até ao século XVII. O Castelo

de Linhares é um dos pontos alusivos à estratégia de proteção do flanco leste do território de invasões inimigas, junto com os restantes fortaleza da beira que seguem a linha defensiva como Marialva, Moreira de Rei, Trancoso, Celorico da Beira, entre outros. O Castelo foi construído pelo primeiro Rei de Portugal, e foi reformado no reinado de D. Dinis em 1281, resultando numa construção imponente com duas torres, dois recintos amuralhados (a Oeste, dedicada à zona militar e a Este, dedicado à salvaguarda a população), quatro portas e dois cisternas. Posteriormente, a partir de 1940 foi necessário a intervenção para manutenção e restauro do mesmo.

O governo de Linhares da Beira foi concedido por um foral de D. Afonso Henriques a um alcaide, onde lhe era prescrito a autonomia concelhia e organização da vida económica e social da povoação. Assim, o sistema fortificado antecedente ao levantamento do Castelo fora entregue ao alcaide, junto com a disposição de uma pequena guarnição militar que executavam funções de proteção e guarda do território, da população e dos seus bens.

A zona da antiga vila de Linhares reúne uma estrutura de povoamento centenária que se prolongou até aos dias de hoje, que embora sejam visíveis construções patrimoniais posteriores do século XVII-XIX, este património histórico surge como um povoamento medieval dos séculos XII-XIV com desenvolvimentos quinhentistas emergidos no século XVI (Aldeias de Portugal, n.d.)

4.4.2 Percurso Pedestres

Os trilhos são parte integrante da Serra da Estrela e possuem variados adeptos para a realização das caminhadas pelas rotas estipuladas onde estes se encontram. Estes caminhos pedestres permitem conhecer outros locais não acessíveis ou muito dificilmente acessíveis por automóvel, e que guardam algumas das maiores maravilhas da Serra da Estrela. De outra forma, é nestas caminhadas pelos trilhos que se tem maior contacto com a fauna e a flora, e é possível observar as belas paisagens serranas sem nenhum impedimento.

Os trilhos foram utilizados no filme como comunicação da existência destas rotas pedestres que permitem as caminhadas desportivas ou mesmo de BTT, que sem dúvida reúnem as condições saudáveis para que sejam realizadas. Por outro lado, este tipo de passeios é enquadrado com o perfil de turismo de natureza soft, principalmente porque é possível realizar nos trilhos escolhidos o conjunto de atividades que normalmente efetuam este tipo de turistas, e conseqüentemente, as rotas escolhidas são de nível fácil, com uma inclinação que varia entre, o plano e o pouco acentuada.

4.4.2.1 Nossa Senhora do Desterro

A Senhora do Desterro é localizada na freguesia de S. Romão e Seia, onde é possível encontrar o Museu de Eletricidade Natural e a Central Hidroelétrica do Desterro, a Mata do Desterro e uma vista do vale do Alva. Em relação à Mata do Desterro, também enquadrado no percurso pedestre do Vale do Alva (PR1), é possível tomar contacto com variadíssimos habitats, tal como demonstrações geológicas, flora e vegetação, e fauna.

Na Senhora do Desterro é acessível a rota da Ribeira da Caniça que permite um percurso na natureza, onde se encontram alguns pontos de destaque como os Cornos do Diabo, o Sumo da Caniça, o Porto do Boi, a Fonte da Laje, o Randufo, e por fim a Lapa dos Dinheiros. Este percurso completo possui a duração de 6 horas e alberga 9200 metros de caminho até uma altitude máxima de 1130 metros na Fonte da Laje. (CISE, Sumo, & Porto, n.d.) O percurso efetuado durante o processo de gravações teve início na Senhora do Desterro e fim nos Cornos do Diabo, ou seja, 2100 metros de distância com uma altitude compreendida entre os 790 metros e os 800 metros.

A flora e vegetação como está compreendida até aos 900 metros, pode-se concluir que é abrangida pela flora e vegetação consistente no Andar Basal, e assim nota-se a prevalência de azinhais sub-húmidos, sobreirais sub-húmidos a húmidos, carvalhais-negrais húmidos, piornais-brancos húmidos e urzais húmidos. Pode-se também referir, que ao longo do percurso pedestre que abrangia um vale em forma de U (o vale do Alva) e que era composto por vários planaltos, dava a sensação que a vegetação ia-se alterando, notando-se a presença de certas espécies em abundância numa certa zona e poucos metros depois essas espécies davam lugar a outras espécies. Em termos de espécies animais, não foram encontradas nenhuma durante todo o percurso, referenciadas que podiam ser visualizadas em campo, à exceção de borboletas. Por outro lado, o som dos pássaros era ouvido mas não foi possível registar em filme.

O percurso pedestre, desde a Senhora do Desterro até aos Cornos do Diabo, é acompanhada por um canal construído em pedra que leva a água até uma grande conduta que percorre o território das localidades a baixo, depois disso no trilho propriamente em si, as condutas em forma de vala prosseguem por todo o caminho, embora já secas. Os Cornos do Diabo é um rochedo composto em granito de 6 metros de altura, que no cimo forma duas estruturas em pedra semelhantes a cornos, devido à erosão da pedra.

O percurso pedestre da rota da Ribeira da Caniça em termos de enredo possui três situações importantes para o desenvolvimento da história: a dificuldade de comunicação telefónica; o primeiro encontro com os trilhos; e o encontro do pau e seguimento do caminho.

No decorrer do filme de ficção, a Marina tinha deixado o automóvel para trás e foi à procura de ajuda para resolver a avaria do seu meio de transporte, e então iniciou caminhadas em direção a algum local onde isso fosse possível. No entanto, encontrava-se perdida na Serra da Estrela, e então por via de telemóvel tentava comunicar com alguém que a pode-se ajudar, mas contudo, o seu telemóvel não registava muita falta rede e tornava as ligações bastante conturbadas ou de difícil acesso. Nesta situação, ocorre-lhe um acidente e o telemóvel cai no chão deixando de funcionar, o que a invade de raiva e frustração no percurso. A Marina nesta fase encontra-se emocionalmente desprotegida, carenciada e cansada, onde perdera uma das formas de comunicação, e conseqüentemente, o percurso tornar-se-ia mais complicado. O encontro com os trilhos (rota da Ribeira da Caniça) acaba por ser o momento onde é possível observar que o cansaço domina perfeitamente a personagem, principalmente quando esta observa a distância que abrange todo o percurso, mas contudo, a Marina continua o percurso demonstrando algum empenho, mesmo com descontentamento. No decorrer desta viagem, Marina depara-se com um pau encostado a uma árvore. Ao observar o pau cuidadosamente, apercebe-se que este pau lhe poderá ser muito útil, porque a personagem entra num processo de aceitação do paradigma em que se encontra.

4.4.2.2 Vila Cova à Coelheira

A Vila Cova à Coelheira é uma freguesia do conselho de Seia, que se localiza num enorme covão rodeado de montes elevados recheados de abundância florestal, em que se destaca o Pinheiro como principal espécie da área. Esta encosta da Serra da Estrela é banhada pelo Rio Alva, que possibilitou o aproveitamento para a formação de uma Praia Fluvial, e pelas Ribeiras de Vale de Paus. A Praia Fluvial da Vila Cova à Coelheira é encontrada na margem esquerda do Rio Alva, e aqui pode-se encontrar um local em harmonia entre a densa e bela natureza presente e a zona balnear e de lazer. Assim, existe uma zona própria para merendas equipada em material de perfil urbano, uma rampa que facilita a acessibilidade à zona balnear com dificuldades motoras, um parque de campismo adjacente à praia fluvial com bar, balneários, wc, e nas proximidades ainda existe um parque infantil e campo de futebol. Ainda é de destacar a ponte romana que dá acesso à praia fluvial e ao parque de campismo, e uma Escadaria e Santuário de carácter religioso que se encontra à esquerda do edifício destinado a bar do parque de campismo (Câmara Municipal de Seia, n.d.-b).

Na Vila Cova à Coelheira foram selecionados três locais distintos para realizar as filmagens na zona do parque de campismo e da praia fluvial: o Santuário; o parque de campismo; e o trilho da Cova à Coelheira. Ainda foram adjacentes algumas filmagens da ponte romana e da zona da bacia de água que na sua extensão forma uma cascata na Barragem do Rio Alva consideravelmente larga.

A Escadaria e o Santuário pertencem ao mesmo conjunto, embora não esteja terminada a construção que interligaria as escadas ao santuário, encontrando-se um vazio recheado de vegetação, e não se conseguiu apurar a razão deste facto. Contudo, a imagem desta construção religiosa é efetivamente arrepiante, principalmente quando observada à distância. As Escadarias alicerçadas na encosta de um planalto permitem a subida deste através das escadas, enquanto estas apresentam-se com canteiros que intersectam numa posição central, à exceção dos patamares que as dividem. Nestes canteiros estão plantadas flores e outra vegetação, encontrando-se também uma cruz, o que leva a crer que a construção do Santuário e das Escadarias possui objetivo de pagamento de promessas, pelo carácter religioso, pela quantidade de escadas e pelo facto que no cimo destas se encontrava uma estátua religiosa. No enredo filme, a subida destas escadas é uma demonstração de contentamento, motivação, e gosto pela Serra da Estrela, que a leva a não mostrar receio de qualquer tipo de obstáculos. É assim, um dos momentos de término do desespero emocional que a personagem se encontrava na Rota da Ribeira da Caniça.

O Parque de Campismo foi utilizado na execução das filmagens para comunicar para o consumidor a possibilidade de campismo na Serra da Estrela, e que como é o caso deste parque de campismo da Vila Cova à Coelheira, se demonstra muito atraente para escolha turística. Para além do descrito, o Parque de Campismo ainda continha parque de estacionamento, preços acessíveis e uma zona de acampamento bem refugiada do sol com árvores naturais da espécie bétula, e não esquecendo que a praia fluvial, para além de se distinguir das restantes pelo areal no fundo, esta também se encontra vigiada por nadadores salvadores. Em termos de filme, a Marina acorda transtornada por ter de continuar a realizar grandes caminhadas por locais para si, desconhecidos. Este de filme está associado a um fase psicológica e emocional menos positiva da personagem, que se enquadra com os sentimentos provenientes do avariar do automóvel e a perda do funcionamento do telemóvel, ou seja, a Serra da Estrela reproduziu o efeito rejuvenescedor que acontece posteriormente.

Como referido anteriormente, a Vila Cova à Coelheira encontra-se no fundo de um Covão na linha de água com o rio Alva, e precisamente a zona da praia fluvial atinge uma altitude 315 metros de altitude. Quanto ao percurso do trilho, e especificamente aquele que foi utilizado para o seguimento das filmagens, não ultrapassa os 470 metros de altitude. Assim, pode-se agrupar esta zona da Vila Cova à Coelheira também pertencente ao Andar Basal do PNSE. Em comparação com a rota da Ribeira da Caniça, o trilho da Vila Cova à Coelheira regista uma flora e vegetação muito mais rica e abastada, eventualmente porque fosse mais fácil de tomar a perceção da vegetação existente, visto que a flora era sempre constante ou quase sempre constante, tanto do lado direito do caminho como do lado esquerdo, o que pelo contrario acontecia no rota da Ribeira da Caniça, já que este trilho encontrava-se na linha que demarcava o fim dos planaltos, ou seja, em termos de flora só era observável proximamente numa grande maioria do lado esquerdo do caminho. O mesmo se passa com a

vida animal, onde foi possível tomar contacto com uma aguia, uma lesma preta e um sapo, e todos estes animais foram registados em vídeo, exceto o sapo. Conclui-se portanto, que a flora e a vegetação compreendida neste local abrangia as espécies que correspondentes ao Andar Basal, para além dos já referidos Pinheiros e a espécie bétula. Para além destas referidas espécies, nesta parte da Serra da Estrela foi observáveis cultivos agrícolas e outras plantações que compreendem pinhais de oliveiras, terras de regadio, vinhedos, prados de azevém, e pinhais de pinheiro-bravo.

No trilho da Vila Cova à Coelheira foram gravadas duas cenas distintas e compreendidas em locais distintos do filme: uma que corresponde há Marina perdida na Serra da Estrela; e outra que corresponde ao equilíbrio e bem-estar no meio da natureza. Correspondendo aos momentos iniciais do filme, Marina encontra-se perdida no meio da floresta e não consegue encontrar uma escapatória para esta situação. O segundo momento filmado nesta zona, como referido, a Marina encontra-se a disfrutar da envolvimento e contacto com a natureza, apreciando as suas férias na Serra da Estrela. Esta fase do filme é inserida num contexto em que a personagem optou pelo encontro com o grupo de amigos no Farol, perto da Covilhã, e de certa forma, os seus pensamentos já estão mais claros em relação ao seu futuro. Durante as filmagens desta cena, a personagem encontrava-se a subir o trilho, e fomos surpreendidos por três praticantes de BTT que se deslocavam em grande velocidade em direção à Praia Fluvial e obrigaram que a personagem tivesse de se afastar para não colisão. Esta particularidade acabou por preencher um vazio na estratégia de marketing que era difícil de preencher relacionada com a BTT na Serra da Estrela. Este desporto é usual na Serra da Estrela, e é particularmente atrativo para turistas da natureza hard, e portanto, as filmagens deste acontecimento são uma mais-valia para comunicação de atividades da PNSE no Verão.

4.4.3 Praias Fluviais

4.4.3.1 Vale do Rossim

O Vale do Rossim, localizado perto das Penhas Douradas, conselho de Gouveia, é o maior vale glacial da Europa encontrando-se a uma altitude de 1.425 metros. O vale é acompanhado por uma praia fluvial, devido à construção de uma barragem para aproveitamento das águas por razões hidroelétricas, tornando-se assim, um dos locais escolha turística no destino Serra da Estrela no Verão, principalmente porque neste atrativo é proporcionado um parque de campismo concebido num conceito distinto e original, o Vale Rossim Eco Resort. Este conceito foi concebido e construído para que possua o menor impacto ambiental, e assim, alberga a estadia no meio da natureza em *Yurts*, com serviço de restaurante e esplanada, bar lounge e SPA. Para além de reunidas as condições para o relaxamento, este espaço permite ainda numerosas atividades de carácter desportivo como canoagem, *rappel*, *slide*, passeios pedestres e passeios de moto quatro.

Este local da Serra da Estrela recolhia os atributos adequados para a introdução de personagens que realizam turismo da natureza hard pela sua relação com o desporto, das quais Alex, Joey e Anastácia. Contudo, outra das razões da escolha residio no valor natural do vale, que proporciona o habitat de numerosas espécies dentro da fauna e da flora. Assim localizada no Andar Intermédio, os carvalhais-negrais húmidos e vários matos compostos por giestais e urzeirais são algumas das espécies mais marcantes da zona. O encontro de um local de conservação de água propicia-a o desenvolvimento de comunidades piscícolas, contudo tal como a Lagoa Comprida, Viriato e Lagoacho, estes seres marítimos encontram-se em baixa escala, e por sua vez, as espécies presentes são a truta arco-íris e o escalo. Por outro lado, por se tratar de zona que recolhe estas comunidades de peixes e se tratar de um reservatório de água, é um local onde se encontra vestígios de lontras que procuram ali a sua manutenção. Em termos de aves, é possível a observação de Águias de Bonelli no Vale Rossim (ERM Portugal, 2008).

O Vale Rossim foi de extremo agrado para a personagem Marina que resolveu ficar nele a observar a paisagem bastante atraente, a canoagem (que registou em vídeo), e a praia fluvial em si. Pouco depois, encontrava-se ali perto Alex que observa um folheto de Seia que demonstrava a canoagem, e lhe proporcionava uma forte vontade de experimentar. Quando Alex resolve voltar a encontrar-se com os seus companheiros (Joey e Anastácia), depara-se com Marina que observa e filmava os praticantes de canoagem que atravessavam a lagoa, e viu ali a possibilidade de praticar a canoagem acompanhado, visto que Joey quem convidara anteriormente não se disponha a esta prática. Assim, Alex dirige-se a Marina questionando-a sobre a sua vontade de praticar canoagem, convite este que esta recusa. Nascendo a primeira conversa entre as duas personagens, Alex a percebe-se que Marina está sozinha e convida-a a conhecer as restantes personagens que se encontram no Vale Rossim. Ao aproximar-se do grupo, encontra um casal que ao conhecerem a Marina lhe proporcionam forte integração e interação. Então, foi desenvolvido um clima de boa disposição, descontração e divertimento, envolto com música e mergulhos. Em momentos posteriores, Alex e Marina conversam no cimo de uma pedra que intersecta a lagoa, sobre as razões que a levam a Mariana, não só fazer esta viagem sozinha e também porque guarda consigo um colar de um coração. Marina refere que o coração foi um antigo presente de histórias passadas e que se encontra na Serra da Estrela porque precisava de se afastar do seu quotidiano na terra natal. Marina no seguimento do diálogo, pergunta a Alex a razão pela qual se encontrava ali junto com as restantes personagens, à qual Alex demonstra a profunda atracção por desporto, principalmente o relacionado com neve (snowboard e esqui), e refere que o grupo se encontra acampado no Vale Rossim e que vão prosseguir a viagem em descoberta da Serra da Estrela. Marina demonstrando algum desconhecimento desta, leva a que Alex proponha que se junte ao grupo, aliciando a personagem principal que lhe iria mostrar alguns locais e a iria surpreender nos próximos dias.

Algumas destas surpresas está relacionado com o encontro com produtos típicos da região, dos quais o queijo amanteigado da Serra da Estrela, compotas, licores e Ginja da Serra da Estrela. Assim, expostos os produtos numa pedra com a paisagem por trás do Vale Rossim e um pôr-do-sol, as personagens deliciam-se com estes produtos.

4.4.3.2 Lapa dos Dinheiros

Na Lapa dos Dinheiros, conselho de Seia, encontra-se uma Praia Fluvial com paisagem montanhosa e envolvimento da natureza preenchida com árvores como Souto da Lapa, Castanheiros Centenários e grandiosos rochedos de granito. Esta praia fluvial é o resultado do aproveitamento da Ribeira da Caniça na construção de toda uma zona em consonância com os rochedos para reter as águas e formar uma piscina natural de água cristalina. Esta praia fluvial acessível e com vigilância, reúne também um bar e WC perto do local destinado aos banhos (Câmara Municipal de Seia, n.d.).

Sendo mais um local que pode ser opção de férias no Verão da Serra das Estrela, as filmas foram desenroladas numa perspetiva de foco no quão atraente a praia fluvial, desde mergulhos na zona de banho, momentos de lazer no bar e o contexto natural que acompanha a praia fluvial. Nesta questão em particular, a praia é situada numa cova da montanha, o que permite que todo o contexto que a rodeia seja preenchido de muita natureza, particularmente perto do recinto. Destaca-se também a decoração com vasos de flores formados por cortiça, outras plantas que preenchem as construções em madeira do bar e a ponte que dava acesso à praia, sendo assim portanto, perfeitamente alinhavado com o contexto natural e concretizando-se numa imagem muito atrativa para o turismo do centro.

No filme turístico esta praia fluvial insere-se na demonstração de Alex à Marina de locais que esta desconheceria.

4.4.4 Lagoas

4.4.4.1 Lagoa Comprida

A Lagoa Comprida é o principal reservatório de água da Serra da Estrela, localizada no conselho de Seia. Esta lagoa enquanto natural despertou o interesse do potencial hidroelétrico, o que levou à construção de uma Barragem, em 1911, o que constituiu uma das primeiras obras de engenharia deste nível reproduzidas em Portugal. A Lagoa Comprida reúne blocos de granito na zona norte do local, conduzidos pelos glaciares e deixados no local em

outros blocos diferentes do seu depois do derretimento do gelo, o que consiste numa natureza geológica de enorme valor (CISE, n.d.)

A Lagoa Comprida encontra-se a oeste dentro do Planalto Central, e consiste num dos exemplos da Serra da Estrela de características glaciares, visto se encontrar a uma elevada altitude, e por conseguinte o clima associado a esta zona, provoca que a cobertura de neve se mantenha durante 60 dias por ano. Contudo, no Planalto Central são encontradas singularidades de espécies que o torna valioso, e portanto, alvo de proteção. A Lagoa Comprida encontra-se a 1600 metros de altitude (CISE, n.d.), correspondente limiar do Andar Intermédio, assim são registadas no local a existência de espécies na flora como carvalhais-negrais húmidos e vários matos compostos por giestais e urzeirais. A lagoa, pela proximidade da água e de habitats piscícolas, dos quais a truta arco-íris e o escalo, indica que seja local de manutenção alimentar da lontra, tal como referido em relação ao Vale do Rossim. O Planalto Central é o local preferencial para a elevada concentração de répteis, não só em quantidade mas também em amplitude territorial, sendo portanto, o norte e a oeste da Lagoa Comprida onde existe mais esta classe animal, como a lagartixa-de-montanha, lagarto-de-água, as lagartixas, a cobra-lisa-austríaca, e frequentemente a cobra-de-água-vampirina. (ERM Portugal, 2008)

No Andar Intermédio do PNSE são desenvolvidas atividades de pastorícia, e a Lagoa Comprida parece ser uma das rotas comuns dos pastores para alimentação do gado, e assim é possível tomar contacto com estas práticas serranas. As filmagens poderão com essa oportunidade e foi registado em vídeo o contacto de Marina com um conjunto de cabras.

Para além disso, a Lagoa Comprida insere-se na apresentação de locais que a Marina desconhece na Serra da Estrela por Alex, e assim, o foco destas filmagens foi a paisagem que compreende a Lagoa Comprida, não só em termos de flora mas também dos compostos de blocos graníticos, alguns destes notoriamente desalojados do seu local de origem. Então, é recreado pelas personagens um momento de despreocupação e que os leva a explorar um pouco os rochedos proporcionando uma vista magnífica da lagoa e de todo o seu composto.

4.4.4.2 Lagoa Escura

A Lagoa Escura encontra-se a uns metros a baixo, quer em altitude quer por estrada, e também pertence ao conjunto de Lagoas Glaciares da Serra da Estrela.

Situada a 1560 metros de altitude, a Lagoa Escura sempre foi envolta de lendas fantásticas, provenientes dos pastores que alimentavam os seus gados por esta zona, o que criava um certo pânico pelos habitantes. Acreditava-se que esta lagoa não possuía fundo e escondia vários tesouros, e também teorizava-se que esta teria ligação ao mar, devido a serem encontrados aquilo que se pensava serem destroços de navio. Assim, quando uma expedição

científica foi averiguar porque na Lagoa Escura existiam destroços de navio, foi-lhes dito que esses destroços eram provenientes de uma barca que um senhor rico que mandara construir para ali brincar. Também era dito que quando a lagoa ficasse com pouca água ou secasse, ninguém se poderia mergulhar porque corria o risco de desaparecer nas profundezas desta lagoa. Esta teoria é explicada pela quantidade de lama que compõe a lagoa, observáveis nas margens desta, e que causaria um efeito de sucção dos mergulhadores e do gado menos cuidadoso. Os dados da expedição científica relatam que a lagoa deverá ter uns 14 metros de profundidade em caudal normal e 16 metros de profundidade em cheia. (Lendas de Manteigas e Serra da Estrela. - Museu Virtual, n.d.). Sobre esta lagoa, resultado também das teorias fundadas sobre a ligação ao mar, da não existência de fundo, dos monstros que provinham do mar e apareciam nas tempestades, tal como os destroços dos navios, surgem lendas em relação a uma moura que terá sido aprisionada no fundo da Lagoa Escura, por querer casar com um cristão. Assim, esta só seria libertada se um príncipe mouro a resgata-se (Lenda da Lagoa Escura, n.d.)

Sobre estas lendas que tendem a persistir nos populares, foi encontrado um meio de comunicar o lado misterioso e fantástico da Serra da Estrela no contexto de filme, o que poderia não ser tão notório dessa realidade com a apresentação de imagens. Assim, a apresentação de alguns locais da Serra da Estrela feita pelo Alex à Marina, conteve a lenda da moura aprisionada na Lagoa Escura. As filmagens compreenderam a beleza paradisíaca da fusão do pôr-do-sol com a Lagoa Escura, transmitindo um clima mais íntimo que se pode encontrar na Serra da Estrela.

4.4.5 Paisagens

4.4.5.1 Miradouro do Fragão do Corvo

O Miradouro do Fragão do Corvo fica localizado nas Penhas Douradas e trata-se de um conjugação de blocos graníticos no cimo de um monte, a 1450 metros de altitude (Manteigas, n.d.), que formam uma espécie de varanda que permite a visualização da Vila de Manteigas e do Rio Zêzere pelo meio do Vale Glaciar. Neste Fragão é observável, à esquerda, o Observatório Meteorológico, tal como mais distante, o Planalto de S. Romão com o cultivo de Centeio e o Vale do Mondego (Douradas, n.d.).

A zona do Miradouro do Fragão do Corvo foi o local escolhido para integrar a primeira cena do filme, por se tratar de uma paisagem fantástica para captar a atenção do espectador em geral, e do consumidor em particular. Para além disso, tornou-se difícil encontrar um local na Serra da Estrela que reuniu-se uma paisagem arrebatadora, e ao mesmo tempo, se pode-se ter a visão magnífica do nascer-do-sol, visto que como a Serra é composta por variadíssimos planaltos de elevada altitude, os dois fenómenos poderiam não ser facilmente intersectados.

Assim, o Miradouro do Fragão do Corvo reuniu as condições perfeitas para atingir essa intenção. Contudo, a vista do Miradouro não foram as primeiras imagens do filme, mas sim toda a natureza paisagista que o rodeia e inclusive o próprio miradouro, no entanto, em momentos posteriores, a paisagem observável do cimo do miradouro é demonstrada na continuação do filme, destacando-se a vista do alto da Vila de Manteigas e do Vale Glaciar. Por outro lado, a captação de imagem dum pouco do Vale Glaciar do Zêzere tornava-se imprescindível para este Projeto, e que no fundo preenche parte de uma lacuna do filme devido a ausência das maravilhas da Serra da Estrela. Contudo, pela estrada estar impedida, ficou por filmar alguns locais de enorme valor turístico como o Poço do Inferno, perto de da Vila de Manteigas, e o Covão da Metade onde é visível a nascente do Rio Zêzere, e como é claro, um pouco mais do Vale Glaciar.

Como descrito, o Miradouro do Fragão do Corvo compreendeu dois momentos do filme, das quais as primeiras imagens do filme, e outras posteriores que incluem a vista a partir do miradouro. Não pressentível no início do filme, mas as primeiras imagens do filme estão interligadas com o facto de Marina se encontrar perdida na Serra da Estrela, depois de se ter avariado o automóvel. Assim, esta vê na beleza de tudo o que a rodeia, a vontade de mudar de atitude em relação à sua vida pessoal e à condição que se encontra depois de se encontrar perdida na Serra. Neste sentido, o segundo momento filmado miradouro do Fragão do Corvo, trata-se desta concretização mental da personagem, que ao recordar-se de momentos passado na Serra e pressentindo os que estarão para vir, resolve escrever num caderno a mudança para uma atitude mais positiva.

4.4.5.2 Miradouro da Nossa Senhora do Espinheiro

O Miradouro da Senhora do Espinheiro posiciona-se no conselho de Seia, e é encontrado junto à Estrada Nacional 339 a caminho de Seia. Este local a 1000 metros de altitude onde se encontra o miradouro, é uma zona que reúne as condições de um parque de merendas, propicio para lazer dos automobilistas ou descanso dos caminhantes das rotas pedestres, também incluídas no local. Para além disso, este espaço inclui outros atributos de hospedagem e de lazer turístico, como a Albergaria da Senhora do Espinheiro com quatro estrelas, serviços de restauração, uma gasolinera, e loja de recordações e de produtos turísticos serranos. Não menos importante, encontra-se neste local a capela da Senhora do Espinheiro, datado pelas referências paroquiais de 1758 (Dobreira, 2003), embora contudo, existam referências que a capela terá sido construída no Século XII (Portal da Serra da Estrela, n.d.), ou outras, que indicam que estes edifícios religiosos são original do Século XIV (Centro Nacional de Turismo no Espaço Rural, 2002). A construção da capela necessitaria de investigação a quando da sua construção, mas sabe-se contudo, que foram realizados ex-votos dedicados à Nossa Senhora do Espinheiro datados de 1780, sendo este o mais antigo dos

encontrados, o que por sua vez indica que a sua construção será anterior a este voto religioso.

Na altura das filmagens a capela encontrava-se fechada, mas sabe-se que o interior contém um arco de volta perfeita, dois altares destinados a Nossa Senhora de La Salette e a Cristo Crucificado, anjos de madeira suspensos no altar e assim como rostos de anjos encaixados no altar (Dobreira, 2003). Ainda no interior, é encontrado um retábulo de talha dourada e uma imagem invulgar de Menino Jesus fardado, que segundo o poeta Deniz de Riba Douro, “a tia Baptista, que vivia no convento de Vinhó - Gouveia, ao ver um dia um oficial general vestido de gala, logo imaginou vestir o Menino Jesus de marechal dos exércitos. Uma freira, deste convento, natural de Seia, fez chegar aqui essa ideia”. (Portal da Serra da Estrela, n.d.)

O Miradouro da Senhora do Espinheiro possui uma vista panorâmica de um conjunto de aldeias e quintas, da cidade de Viseu, Nelas, Mangualde, Fornos de Algodres, Gouveia e outras povoações. (Portal da Serra da Estrela, n.d.) A ampla paisagem que se encontra neste miradouro possibilitava a demonstração mais alargada da dimensão do Parque Natural da Serra da Estrela, e que consequentemente recolhia uma vista magnífica que deveria ser incluída no filme. Por outro lado, o monte que inclui a Capela da Senhora do Espinheiro possui um enquadramento entre a natureza e as mesas de merendas que se demonstrou perfeitamente palco cinematográfico para este projeto, descrevendo um quadro que funde a simetria entre a Arvore e as mesas e bancos, e a larga paisagem dos locais descritos. Assim, foram reunidas nas filmagens do Miradouro da Senhora do Espinheiro todo o contexto da Capela, inclusive, e da paisagem.

No enredo do filme, o miradouro insere-se no contexto do passeio de apresentação de Alex a Marina da Serra da Estrela, mas que por sua vez, ao contrário das restantes zonas, não partiu da intervenção de Alex, e assim, parte de Marina a vontade de conhecer a ampla paisagem. Ao sentarem-se numa mesa enorme com a Capela da Senhora do Espinheiro como plano de fundo, as personagens conversam sobre o futuro de ambos. Neste contexto, Alex pergunta a Marina se gostaria de continuar a viagem com o grupo de amigos (Alex, Joey, Anastácia), ao qual esta recusa o convite, enunciando que precisa de fazer a viagem sozinha, visto ainda possuir coisas para resolver interiormente. Embora a recusa, Alex insiste com um outro convite, que propõe o encontro com o grupo de amigos cinco dias depois no Farol perto da Covilhã (referência à Cidade Cinco Estrelas), e assim, continuar a viagem com o grupo. Sobre esta proposta, Marina não consegue confirmar.

4.4.6 Farol da Covilhã

Marina depois da aventura que percorreu na Serra da Estrela decidiu encontrar-se de novo com o grupo de amigos (Alex, Joey e Anastácia) no Farol, local do convite proposto pelo Alex

para reencontro no Miradouro da Senhora do Espinheiro. No entanto, quando Marina chegou ao destino programado, o grupo de jovens já não se encontrava lá, visto que a personagem chegara tarde demais. Não conformada com esta situação, decidiu procurar pelo grupo de amigos pela Covilhã, já que este destino foi discriminado por Alex que seria uma das visitas no percurso do grupo de amigos. A Marina descreve nesta fase do filme uma evolução psicológica e emocional positiva que a permite procurar um novo caminho para o futuro, despegando-se do seu passado e seguir um rumo em direção à felicidade. Neste contexto, Marina enterra o colar em forma de coração, anteriormente oferecido por um ex-namorado, como forma representativa do estado de alma que se encontra e que serve de suporte para o recomeço.

4.4.7 Covilhã

A Ponte Pedonal da Covilhã foi o local escolhido para as filmagens realizadas na Covilhã, mais propriamente na Rua Marquês d'Ávila e Bolama, e para além disso foi também utilizado os novos elevadores do Jardim Público da Covilhã para as filmagens, possibilitando assim a gravação de uma interessante paisagem que se obtém das cabines dos elevadores.

Esta Ponte permite a ligação entre a zona centro da Covilhã e a zona dos Penedos altos, conferindo um trajeto sobre a Ribeira da Carpinteira que é possível fazer a pé. Inaugurada no dia 06 de setembro de 2009, é o resultado de uma arquitetura imponente projetada pelo Arquiteto Carrilho Graça que possui uma distância de 220 metros e uma elevação de 52 metros de altura. A Estrutura é feita a partir de duas vigas paralelas em aço e suportada com pilares de betão revestidos de pedra granítica (Câmara Municipal da Covilhã, n.d.). Quanto aos dois levadores, foram inaugurados no dia 25 de Abril de 2015 e permitem a ligação entre o Jardim Público às proximidades da sede do Teatro das Beiras, e desta à Rua Marquês d'Ávila e Bolama, onde se encontra a Ponte Pedonal da Covilhã. (Vieira, 2009)

Marina, ao não encontrar o grupo de amigos (Alex, Joey e Anastácia) no Farol perto da Covilhã, ficou desanimada por ter chegado demasiado tarde ao local combinado entre ela e Alex. Contudo, a sua força de vontade e motivação impulsionou-a para procura-los pela Covilhã. Aqui, resolve procura-los pela cidade, e então decide percorrer a Ponte Pedonal da Covilhã utilizando a ligação dos elevadores do Jardim Público da Covilhã para chegar a este local. Em quanto atravessava a ponte, aparece Alex por coincidência e ao olhar para a ponte reconheceu à distância que Marina se encontrava a atravessa-la. Desde logo a chamou o que procedeu num encontro esperado por ambas as personagens.

4.4.8 Alojamentos

4.4.8.1 Restaurante Residencial Leitão

Encontrado na cidade de Seia, O Restaurante Residencial Leitão é um local de alojamento que oferece todas as condições, comodidades e serviços que permite uma estadia no Parque Nacional da Serra da Estrela. Este espaço é composto por restaurante e café com quiosque no resto chão e, quartos, *suites* e apartamentos nos andares superiores do edifício, para além de um ginásio para uso dos clientes. Aqui é possível tomar contacto com alguns dos produtos tradicionais da região, como Queijo da Serra, Requeijão Tradicional, Enchidos Variados e Presunto Serrano, e uma gastronomia típica da beira. Para além disso, os alojamentos são de tipologias variadas como descrito, e incluem casa de banho privativa, climatização e televisão com receção digital via satélite. Assim, pode-se considerar este espaço como um bom local de estadia turística em ambiente rural dentro da Serra da Estrela. (Leitão, n.d.)

As filmagens efetuadas no Restaurante Residencial Leitão pretendem enquadrar a personagem na tipologia de Turista da Natureza Soft, ou seja, as preferências de alojamento deste perfil de consumidor compreende pequenas unidades hoteleiras de 3 a 4 estrelas e/ou casas rurais, como é o caso. Assim, foi encenada a estadia a estadia neste alojamento.

O percurso da personagem pela Serra da Estrela encontrava-se numa fase de dúvida em relação aos caminhos que seguir e o que visitar. Embora, já se encontra-se em viagem a alguns dias, o destino que procurava que a poderia ajudar a encontrar a paz interior ainda era um mistério para si. Então, resolve alugar-se numa residencial onde poderia descansar e enfim decidir para onde ir. Ao entrar no quarto e pousar a mala que trazia consigo, o cansaço que sentia consigo brevemente a abraçou e levemente a levou para o mundo dos sonhos. No dia seguinte, ao acordar resolve explorar o quarto onde se tinha alojado, e nos móveis que ali se encontravam descobre um outro mapa da Serra da Estrela, que claramente percebeu que lhe faltará para descobrir os encantos da Serra da Estrela. Assim, sentou-se no sofá e estendeu o mapa pela mesa da sala da habitação, e ficou a observá-lo sinalizando-o com uma caneta os locais onde gostaria de ir e aqueles que tinha consciência já ter visitado. Traçado um novo rumo desta viagem, Marina prepara-se para sair e retira-se da habitação em direção a outros caminhos da Serra.

4.4.9 Outros Locais

A dimensão do Parque Natural da Serra da Estrela compreende um conjunto de destinos, lugares, paisagens, segredos e outros pontos de interesse turístico que dificilmente seria possível aglomerar e inserir em contexto de filme, não só pela dificuldade de acesso à informação destes pontos de interesse, o que por ventura necessitaria de uma investigação

mais alargada no terreno, mas também pelo ajustamento ao enquadramento no enredo do filme. Por outro lado, um dos objetivos ou características delineadas para a escolha dos locais onde seriam processadas as filmagens foi o fácil acesso para qualquer pessoa, quer de automóvel quer em percurso a pé (como o caso dos trilhos apresentados). Acreditando-se assim, que a disposição dos visitantes para conhecer a Serra da Estrela aumente ou não seja condicionada por qualquer entrave psicológico ou emocional sobre o percurso no PNSE. Portanto, como já referido, tendo em conta a dimensão territorial que a Serra da Estrela alberga e os variadíssimos pontos de interesse natural e turístico que surge em qualquer ponto do parque, foram feitas um conjunto de filmagens de automóvel, ou seja em movimento, pretendendo desta forma utilizar estas imagens como referências de locais que se podem encontrar na Serra da Estrela, assim, esta recolha de registo procedeu-se a partir da aldeia das Penhas da Saúde até à Torre e da Torre até à Lagoa Comprida e Lagoa Escura, destacando-se, o Cântaro Magro e os Blocos graníticos que compõem a subida da Serra da Estrela por via da Estrada Nacional 339 (Covilhã - Torre).

Entre outros dos locais filmados, também se inserem dois em que o foco nestes foi de carácter secundário em relação ao filme, devido a não fazer parte do percurso da personagem como o caso da Nossa Senhora da Boa Estrela, ou por não se encaixar com os objetivos fundamentados para o projeto, no caso da torre. Não obstante, ambos os sítios possuem enorme valor turístico da Serra da Estrela, e por si só, são marcos de identidade da Serra, e que por sua vez, não poderiam deixar de ser referenciados.

A Nossa Senhora da Boa Estrela é um monumento religioso em homenagem da Santa protetora dos pastores, localizado quase no ponto mais alto de Portugal Continental, no Covão do Boi. Esta escultura foi esculpida nos blocos graníticos por António Duarte e possui uma dimensão superior a sete metros. (Guia da Cidade, n.d.-a). O início da construção deste monumento foi iniciado a 15 de Agosto de 1943, sendo que a sua inauguração daria lugar em 4 de Agosto de 1946. (Gaspar, 2014) Neste local as filmagens foram breves e resultaram na aproximação da personagem Marina ao Miradouro da Nossa Senhora da Boa Esperança, e que constitui uma das imagens da técnica cinematográfica de *morphing*. A utilização desta técnica foi utilizada para demonstrar de forma rápida e com uma certa componente artística de todos os locais e paisagens que a personagem passou até chegar ao Farol. Esta técnica também foi utilizada na Torre na apresentação da vista que existe próxima desta, ou seja, a paisagem observável que compreende o Covão do Ferro, Unhais da Serra (Covilhã), São Pedro (Manteigas), Loriga (Seia) e Alvoco da Serra (Seia), e que portanto, são as freguesias que delimitam o Parque Natural da Serra da Estrela das orientações Sudoeste e Oeste. (Estância de Ski, n.d.) Esta paisagem nos dias claros de Verão a vista deste local poderá alcançar o Mar da zona da Figueira da Foz. (Guia da Cidade, n.d.)

A Torre da Serra da Estrela é localizada a 1993 metros de altitude no Planalto Central é considerada o ponto mais alto de Portugal Continental, superada unicamente pela Montanha do Pico, nos Açores, que se encontra a 2351 metros de altitude. A Torre, propriamente dita, possui uma altitude de 7 metros que permite que este lugar da Serra atinge-se os 2000 metros de altitude, que ao que parece teria sido já no reinado do Rei João VI que essa vontade de completar esta altitude foi proclamada. (Guia da Cidade, n.d.).

A Torre é sem dúvida um marco da identidade da Serra da Estrela, e principalmente, por estar associada à neve e ao esqui. Neste contexto, seria imprescindível haver alguma referência à Torre no projeto, enquanto imagem presente no filme. Como referido anteriormente, as personagens Alex, Joey e Anastácia representam o perfil do público-alvo do Turismo da Natureza Hard, e que por sua vez estão relacionados com os desportos de inverno. Neste sentido, existe pelas personagens a relação à identidade da Marca Serra da Estrela normalmente associada, que foi completa com filmagens na Torre, não só o espaço que a compreende e que normalmente são os espaços mais procurados pelos turistas, mas também e de principal destaque o Teleférico, que proporcionou as primeiras filmagens de ar e movimento, em que foi possível a captação de imagem de toda a área geográfica mas também das Lagoas do Covão das Quilhas e da Lagoa Serrano (Turisestrela, 2012). Este espaço da Serra da Estrela está inserido na apresentação de Alex dos locais para a Marina.

4.5 Argumento

A elaboração das filmagens executou-se mediante o argumento que expõe em termos teóricos o enredo, organização de montagem, caracterização das personagens e dos locais. Numa fase seguinte foi elaborada uma montagem que reconheceu um resumo de todo este conteúdo. A organização deste subcapítulo será delineada segundo episódios (organizados cronologicamente enquanto exposição no filme turístico).

4.5.1 Primeira Cena do Filme

Marina encontra-se perdida na Serra da Estrela porque resolveu procurar ajuda para solucionar a avaria do automóvel. Para isso, recorre a várias chamadas telefónicas para um mecânico ou alguém que a ajude a resolver o problema da viatura. Nas várias tentativas de telefonema falhadas, ou por ausência de rede ou barreiras nas comunicações, Marina acidentalmente deixa cair o telemóvel no chão, acontecimento este, que a invade numa profunda raiva e frustração levando-a a caminhar numa direção que desconhece (**Local: Trilho da Senhora do Desterro**). Este caminho pelas suas características tornou-se motivo para ser temido pela Marina, visto encontrar-se nas profundezas da Serra da Estrela no meio de um bosque, sem orientação (**Local: Trilho da Vila Cova à Coelheira**). Contudo, no meio dos arbustos, encontra uma luz, a luz do sol, que persegue e encontra uma magnífica

paisagem acompanhada pelo nascer-do-sol. Tão fantástica esta imagem, que encheu a Marina de esperança, tal como nascia-o-sol, nascia de novo a Marina (**Local: Zona do Miradouro do Fragão do Corvo**).

Introdução do Nome do Filme: PAN.

4.5.2 Episódio das Aldeias Históricas

Marina é uma rapariga de 22 anos, natural de Lisboa, que tinha iniciado um negócio com o seu ex-namorado. Contudo, este negócio não progrediu de uma forma favorável e acabou por fechar, levando a um clima de tensão entre a relação do casal. Ao passar dos tempos, este estado agravou-se e deteriorou ainda mais a conexão dos dois, arrastando-se para a rutura. Marina ficou devastada com este acontecimento, e sentiu que precisava de algo que a ajudasse a ultrapassar esta fase difícil da sua vida. Eis que encontra um mapa da Serra da Estrela acidentalmente e decide que talvez este fosse o local indicado para se purificar e ganhar uma nova força. Então, resolveu telefonar a Stela, a sua melhor amiga, para conversar sobre o retiro para a Serra da Estrela. Parecia não haver melhor local para se afastar do seu dia-a-dia, dos seus tormentos, das suas preocupações, das mesmas estradas, dos mesmos sítios e da mesma vida. No entanto, Stela não partilhava da mesma opinião que Marina, e argumentava que não existia nada na Serra que fosse assim tão útil para a renovação, principalmente no Verão, sendo que não tinha dúvidas que a Serra da Estrela só tinha interesse no Inverno, quando há neve. De qualquer forma, Stela afirmou que lhe faria bem um escape, seja para onde fosse, e incentivou-a a ir durante uns tempos para um lugar novo. A Marina, ao ouvir as palavras de conforto e apoio da Stela, sentiu-se ainda mais motivada a ir, e foi assim que entrou no automóvel e viajou até à Serra da Estrela. A viagem já se destinava a Linhares da Beira, e Marina já guardava consigo boas recordações dos primeiros momentos na Serra da Estrela, onde conhecerá pessoas fantásticas.

Parecia que ainda vai demorar um pouco até chegar até à Aldeia Histórica. Então, coloca outro CD no leitor de áudio do automóvel. Era um CD de músicas variadas, que tinha gravado dos cd's originais que tinha em casa, onde constavam músicas de carácter medieval. Ao ouvir os primeiros acordes da música, surgiu-lhe logo na memória os bons momentos passados com uma amiga na Feira Medieval de Belmonte. A Vila de Belmonte sempre foi associada à família Cabral e aos Judeus, e realmente guarda no seu património muitas referências nestes dois aspetos. O passeio pela Vila de Belmonte de Marina, antes do início da tão desejada feira medieval, deu para conhecer esta riqueza do Património de Portugal, desde a Igreja de São Tiago e o Panteão dos Cabrais, a Sinagoga Bet Eliahu, o Museu Judaico, os Jardins, a Estátua de Pedro Alvares Cabral, a paisagem que circunda a Vila de Belmonte, e claro, o Castelo que dès de logo lhe deu profunda admiração à Marina. A Feira Medieval de Belmonte dava o início e Marina continuava a descobrir Belmonte, até que encontra uma amiga que já não via há

algum tempo e que não esperava encontrar. Ela tinha saído de Lisboa para estudar na Covilhã e desde então tinha encontrado emprego pela zona e ficara por lá. Nestes momentos, estavam criadas as condições para a Marina se divertir imenso nesta Feira Medieval. Quando entrará no recinto da Feira ficou logo muito entusiasmada por observar um ambiente totalmente medieval que parecia que tinha viajado alguns séculos para trás. Ambas percorriam a feira e a Marina ficava pasmada com a decoração, com as vestes tão adequadas ao evento dos participantes, aos animais como camelos, corujas, águias ou até galos que se encontravam em acampamentos enquadrados com o conceito da feira e dos espetáculos. Uma feira cheia de gastronomia, cheia de artesanato, cheia de animação de rua e com pessoas fantásticas a representarem do fundo do coração os habitantes medievais. A noite sobrepunha a Vila de Belmonte, e chegava a hora do espetáculo teatral que contava a história da Lenda da Pressa. Este momento do evento medieval seria representado em frente ao Castelo, o que recolhia o palco perfeito. Foi tão envolvente a história e tão fantástica de ver, com muitas pessoas que simbolizavam o povo que trabalhava em frente do Castelo, crianças que brincavam, artistas que expunha a sua arte, variadíssimo animais que aparecia no desenvolver da história, arqueiros que lançavam flexas em fogo e tudo mais que transportava o corpo para outro lugar muito antigo e que faz parte da nossa história. Marina viajava de automóvel e pensava para si, a Stela estava enganada em relação à Serra da Estrela, ela não é só neve, existem tantos eventos a acontecer, e tantas experiências que sinto que ainda vou ter.

Marina sente que Linhares da Beira se encontra perto mas o seu sentido de orientação não se demonstra muito apurado, e então dirige-se numa estrada não muito bem pavimentada e de uma largura reduzida. Uns moinhos de vento que se encontravam ali perto chamaram-na à atenção e resolveu parar o automóvel, e assim enfim ver o mapa que trazia consigo. A Marina aproximou-se dos moinhos de vento, que afinal não estavam tão perto como imaginava, e aliás aqueles moinhos tinham uma dimensão tão majestosa que ficou estupefacta. Sentou-se numa pedra e abriu o mapa. Voltou de novo à estrada e bem ali perto viu o Castelo de Linhares da Beira tão imponente no céu. Linhares da Beira guarda consigo a idade medieval na sua arquitetura e também os traços do século XVI nas janelas Manuelinas. Era uma aldeia acolhedora de origem nas profundezas da história, e isso deu uma vontade a Marina de conhecer o local. Passeou pela Igreja da Misericórdia, o Solar de Corte Real, Antiga Casa da Camara e Cadeia, Pelourinho, a Fonte de Mergulho e Fórum, a Fonte de S. Caetano, e ao chegar perto da Igreja Matriz para chegar ao Castelo reparou que a aldeia se encontrava em festa. Tratava-se das festividades que aconteciam ao mesmo tempo dos saltos de parapente do cimo da Serra da Estrela até Linhares da Beira. A praça estava cheia de gente com a população com os olhos presos no céu e Marina querendo filmar este acontecimento que nunca tinha visto deslocou-se ao cimo do Castelo. O Castelo era bastante grande com duas torres e dois recintos amuralhados, e do cimo deste, a paisagem era deslumbrante podendo-se ver até tão longe a província beirã. Mas a atenção da Marina estava nos parapentistas, que ficou a filmá-los durante algum tempo, pensando o quanto gostaria de ter aquela experiência.

4.5.3 Episódio do Vale Rossim

O percurso pela Serra da Estrela continua para Marina e os dias de intenso calor brindavam-na com uma forte vontade de dar um mergulho. Outrora tinha observado no mapa um local chamado Vale Rossim que era precisamente um vale glacial e que continha a praia fluvial mais alta de Portugal. Desde logo, este local despertou-lhe interesse. Ao chegar a este vale e estacionar o automóvel, e observar o que este continha, as suas expectativas tinham sido largamente superadas. Era um local paradisíaco cheio de vegetação, rochas graníticas, e um largo lago, parecia que era uma zona retirada de um conto de fadas. Encheu os pulmões de ar fresco e reconfortante e sentiu que tinha encontrado o seu oásis. Aproximou-se da água e sentou-se, ficando a observar tamanha beleza natural. Entretanto, apareceram umas pessoas que andavam de canoa pelo lago, e isso envolveu-a em espanto pela surpresa de encontrar canoagem no Vale Rossim. Quanto mais tempo se encontrava nesta praia fluvial mais a Marina gostava de lá estar, e então resolveu filmar também aquele momento. Ali perto de onde Marina se encontrava, estava um jovem que observava um folheto. Este fechou-o e deslocou-se para onde estaria a sua toalha, até que reparou numa rapariga que estava sentada a filmar a canoagem. Alex era o nome desta personagem, e este era aficionado em desportos de inverno e realizava ainda de forma amadora snowboard. Encontrava-se hospedado no parque de campismo do *Ecoresort* do Vale do Rossim com um grupo de amigos, Joey e Anastácia, e andavam a fazer uma viagem por vários locais da Serra da Estrela. Alex tinha uma profunda vontade experimentar canoagem e não partilhava da intenção de o fazer sozinho, visto que Joey lhe teria recusado o convite, e por isso não lhe seria possível assim. Contudo, quando observou Marina a filmar a canoagem, decerto pensou que esta teria algum interesse neste desporto, então resolveu despreocupadamente perguntar. Aproximou-se dela e fez-lhe o convite para andar de canoa com ele, ao qual esta recusou. A resposta não desanimou Alex, e até lhe deu incentivo de conhecer a Marina. Na continuação da conversa, Alex percebeu-se que Marina se encontrava sozinha no vale, e então convidou-a para se juntar ao grupo de amigos que estava ali perto. Marina não viu nenhum inconveniente em se juntar ao grupo, e até foi uma boa ideia deslocar-se com Alex até lá, visto ter sido uma tarde muito bem passada, cheia de mergulhos, diversão, música tocada pelo grupo de amigos e muita conversa num clima harmonioso e relaxante. O sol baixava e o clima ficava mais laranja, e já o cansaço de um dia cheio de emoções, provoca na Marina uma certa nostalgia do passado. Sentada numa rocha à beira lago encontra-se Marina a olhar para um colar em forma de coração, que trazia recordações do ex-namorado, não fosse este um presente dele. Alex observou-a e foi sentar-se junto dela. Perguntou-lhe então, o que era aquele objeto que trazia consigo, e sem avançar muito, Marina respondeu-lhe que eram memórias e guardou o colar fechando-o na sua mão. Marina tentou não transparecer alguma tristeza que a acompanhava, e que de certa forma, procurava na Serra da Estrela livrar-se dela. Assim, continuaram a conversa sobre a

Serra da Estrela, o que levou a Alex propor à Marina surpreende-la com locais fantástico ali perto que lhe queria mostrar durante o fim-de-semana. Marina ficou curiosa com o que este lhe poderia mostrar e aceitou o convite, tal como pernoitar pelo Vale Rossim junto deles.

No dia seguinte, Marina e Alex foram no automóvel de Marina à descoberta da Serra da Estrela pelos locais que Alex prometera apresentar. Chegaram à Lagoa Comprida e passearam pela zona observando a beleza natural, andando um pouco em aventura pelas rochas graníticas que pareciam não ser dali, tocavam na água clara, viam as cabras que os pastores traziam a pastar e que a Marina gostava de filmar, e passeavam pela barragem quando o sol ameaçava ir dormir. Ali perto encontrava-se a Lagoa Escura, e quando partiam para o Vale Rossim resolveram parar o automóvel para contemplar o Sol que desaparecia para dar lugar à noite, quase parecia que mergulhava dentro da Lagoa Escura. Então ficaram sentados à beira da estrada a ver o pôr-do-sol.

O dia que veio depois, Alex resolveu mostrar à Marina outras praias fluviais da zona e então, deslocaram-se à Lapa dos Dinheiros. A praia desta localidade é situada numa cova da montanha, o que permite que todo o contexto que a rodeia seja preenchido de muita natureza, particularmente perto do recinto. Destacava-se também a decoração com vasos de flores formados por cortiça, outras plantas que preenchiam as construções em madeira do bar e a ponte que dava acesso à praia. Desde logo, quando Alex retirou as mãos dos olhos de Marina, esta ficou maravilhada com o contexto que compunha a praia fluvial. Entraram na praia fluvial pela ponte e deslocaram-se até ao lado oposto do recinto, onde se encontrava um enorme bloco de granito em que uma pequena parte estava submersa por água, e que ao que parece por trás, na continuação dos rochedos sobrepostos que amontoavam subindo a montanha, encontrava-se a cascata da Ribeira da Caniça. As rochas que exuberavam a descida da montanha, à medida que se aproximavam da água da praia, tornavam-se mais rasas e baixas formando na sua sobreposição uma pequena cascata, e também era mais acessível a passagem de pessoas. Foi aí que escolheram o local para experimentar a água cristalina que abundava aquela piscina. Subiram para cima das rochas e cuidadosamente entraram dentro de água, onde Marina incentiva Alex com salpicos de água para este mergulhar também. Foi uma tarde bem passada com muitos mergulhos, e também momentos de convívio no bar da praia fluvial que dispunha de mesas e bancos em madeira, música ambiente e boa disposição que pairava no ar, e decerto, alegrava a conversa entre os dois.

(Gastronomia) A tarde chegava ao fim, e Marina e Alex encontrava-se de novo no Vale Rossim onde estavam alojados. Alex prometera a Marina no dia que se conheceram que a iria surpreender, e não é que ainda não o tivesse feito, mas ainda tinha guardado uma trufo que iria admirar a rapariga. Aliás, nada melhor que acabar um dia de praia com um petisco serrano perto do lago e no meio da natureza, pensava Alex. Então, numa rocha plana do Vale Rossim, Alex converteu a rocha numa mesa de piquenique com alguns produtos tradicionais e outros típicos de região, desde licores, ginja, compotas, e claro, um queijo da Serra

Amanteigado. Estava montado o clima perfeito para o pôr-do-sol, Alex e Marina encostados a uma pedra com variadíssimos produtos serranos, deliciavam-se com o Queijo da Serra, que Marina nunca tinha provado.

Durante os dias que passaram, Marina e Alex tinham passeado imenso pela Serra da Estrela, e neste percurso não poderia faltar a zona mais alta de Portugal Continental, a Torre. Outrora no Inverno, a Torre enche-se de neve e este manto branco permite a prática de desporto, como snowboard ou esqui que Alex já sentia saudades, mas em pleno Verão este não era o caso, e não foi por isso que não aproveitaram as atrações da Torre. Então, foram até ao teleférico onde gozaram de uma viagem de 30 minutos que permitiu apreciar a passagem serrana, e inclusive as Lagoas do Covão das Quilhas e da Lagoa Serrana.

(Nossa Senhora do Espinheiro) Depois de estarem na Torre, Alex e Marina deslocavam-se no automóvel desta passaram de novo na Lagoa Escura, desta vez num dia claro que permitia realmente observar aquele lugar místico. Entretanto, Alex lembrou-se de uma lenda sobre esta lagoa e resolveu contar à Marina, o pouco que se lembrava. Contava-lhe a lenda dizia que se encontrava uma moura aprisionada no fundo da Lagoa Escura, por querer casar com um cristão, e assim, esta só seria libertada se um príncipe mouro a resgata-se.

Depois de alguns instantes uma paisagem despertou o interesse de Marina, e esse local levou a Marina a parar o automóvel. Encontrava-se na zona do Miradouro da Senhora do Espinheiro. Era uma zona que reunia as condições de um parque de merendas, propício para lazer dos automobilistas ou descanso dos caminhantes das rotas pedestres, também incluídas no local. Para além disso, este espaço incluía outros atributos de hospedagem e de lazer turístico, como a Albergaria da Senhora do Espinheiro com quatro estrelas, serviços de restauração, uma gasolinera, e loja de recordações e de produtos turísticos serranos, e ainda não menos importante, encontra-se neste local a Capela da Senhora do Espinheiro. No monte onde se encontrava a capela, estavam duas mesas de pedra com os respetivos bancos e uma bela árvore que separava os dois conjuntos. Marina e Alex deslocavam-se para esta árvore, enquanto Alex contava as suas histórias sobre as práticas de snowboard, e Marina colocou-se no lado esquerdo da árvore e Alex do lado direito. Ambos contemplavam a paisagem tão ampla e bela. Marina encontrava-se surpresa com tamanha magnitude que não esperava encontrar na Serra, e que era muito diferente do que estava habituada. Era um lugar confortável e Marina sentia-se bem ali, então convidou a Alex para se sentarem ali um pouco. Mais há esquerda e com uma pequena inclinação estava uma larga e comprida pedra que servia como tampo de mesa de merendas acompanhada por pequenos blocos de pedra que funcionavam como bancos. Este espaço localizava-se em frente da Capela da Nossa Senhora do Espinheiro e possuía uma árvore que sombreava todo o local. O casal resolveu sentar-se ali mas a distância que separava os dois era bastante grande. Realmente, Marina ainda se encontrava muito presa ao passado e acabava sempre por pensar no negócio que falhara e no ex-namorado que ainda recordara. Alex apercebia-se disso e na verdade, tinha pensado

naquele colar que Marina lhe mostrara no Vale Rossim durante a noite. Este queria ajuda-la de alguma forma, e embora não soubesse como, achava que lhe faria bem continuar a viagem com ele, o Joey e a Anastácia. Então resolve, de forma desajeitada, dizer-lhe deveria livra-se das coisas materiais, e convida-la para prosseguir a viagem com o seu grupo de amigos. Marina não se sente preparada para isso e a viagem ainda não lhe tinha feito superar completamente o estado que se encontrava, e então recusou o convite, aliciando conseguir por si este feito. De qualquer forma, Alex não se convenceu com a resposta e fez-lhe outro convite. O grupo de amigos planeava continuar a sua viagem pela Serra da Estrela e visitar outras zonas de lá, projectando por fim terminar o percurso do parque natural na Covilhã, e depois continuar pelas terras beirãs. Alex tentou motiva-la a encontrarem-se de novo num Farol, perto da Covilhã, em cinco dias e assim continuar a viagem com o grupo de amigos, mas a esta proposta Marina não conseguiu responder porque tinha muitas dúvidas e continuava com a ideia que deveria fazer o percurso sozinha.

Enfim, no Vale Rossim Marina, Alex, Joey e Anastácia despendem-se e esperam voltar a encontrar a Marina.

4.5.4 Episódio do Avariar do Automóvel

(Dia 1) Marina viajava de novo de automóvel em direção a um destino que desconhecia. No fundo, Marina quando decidiu fazer a viagem para a Serra da Estrela, pensou em conhecer por via da descoberta, e então, lá ia ela descontraída na viagem a ouvir a música que tocava na rádio, até que de repente, simplesmente o automóvel deixou de funcionar. Marina ficou paralisada a olhar para o volante do automóvel e não conseguia perceber o que se passava. Tentava rodar a chave na ignição de novo no automóvel mas ele não funcionava, então resolveu sair de dentro deste e espreitar no motor o que se passava. No entanto, Marina não percebia nada de automóveis, e de pressa desistiu de o tentar consertar. Ficou muito frustrada e irritada com a situação, resolveu ligar a sua mãe para lhe contar o que passava. Esta não ficou nada agradada com aquele acontecimento, agravando-se, por tanto, o profundo descontentamento que esta possuía por Marina ter engrenado nesta viagem. Marina não sabe o que fazer e não sabe onde está, e isso preocupa-a e acredita que não vai ser fácil resolver aquele problema. Então, abre a mala do automóvel e retira a mala de campismo e resolve ir para um local onde possa ser vista por alguém que se encontre por ali ou que passe por ali para conseguir em fim solucionar de alguma forma o problema do automóvel. As horas passaram sem fim e a noite surgiu. Marina não encontrara ninguém e ela continuava no meio da Serra da Estrela sozinha. Não era de estranhar que não encontra-se ninguém, visto ser uma zona bastante afastada de habitações, onde só o único que poderia ver era a paisagem que rodeava constituída por elevadas montanhas. Pensou ir dormir dentro do automóvel e enfim descansar, que no dia seguinte seria outro dia.

(Dia 2) Marina acordou no seu automóvel, ainda o sol não tinha nascido. Não sabia como, mas precisava de encontrar ajuda. Então, saiu do carro e pegou de novo na sua mala de campismo e resolveu ir em busca pela Serra da Estrela.

O caminho demonstrava-se atribulado e cada vez mais difícil, mais difícil do que alguma vez poderia pensar. Enquanto andava numa estrada com um canal de água ao seu lado, Marina tentava desesperadamente telefonar para quem fosse de modo a obter ajuda, mas as chamadas caíam ou o telemóvel não tinha rede. Até que depois de algumas chamadas sem sucesso, eis que alguém liga de volta para Marina. Com alguma felicidade e espanto, sendo que para ela neste momento felicidade era algo não fazia sentido, atendeu a chamada. Aquela euforia de talvez conseguir ajuda, levou que desastradamente deixa-se cair o telemóvel no chão e este se partisse e deixa-se funcionar. Marina irritada livra-se do telemóvel e continua a caminhada odiado tudo e não percebendo porque tudo isto lhe acontecera. Avançava sem destino e sem ter a mínima noção onde se encontrava, mas neste momento a raiva que continha cegava-lhe os olhos e não interessava mais nada, contudo, a estrada que percorria tornava-se mais escura pela densa vegetação que cada vez mais próxima uma da outra. Marina toma noção que está completamente perdida, mais do que alguma vez tivera durante a viagem, e o medo, a ansiedade e a inutilidade que sentira, deixava-a ainda mais preocupada e assustada. Contudo, uma luz que entrava pelas folhas dos arbustos, indicavam um caminho a seguir e foi por aí seguiu. Atravessando o bosque, ficou de frente para glorificante paisagem com o sol a nascer para ela. Marina enchia-se coragem que quase parecia que renascia com tão bela paisagem, tal como o sol nascia para o dia, nascia também Marina de novo para a vida.

Ali perto encontrava-se um miradouro e Marina resolveu sentar-se lá para continuar a admirar a paisagem. Embora não soubesse, Marina estava no Miradouro do Fragão do Corvo que fica localizado nas Penhas Douradas e trata-se de um conjugação de blocos graníticos no cimo de um monte, que formam uma espécie de varanda que permite a visualização da Vila de Manteigas e do Rio Zêzere pelo meio do Vale Glaciar. Neste Fragão é observável, à esquerda, o Observatório Meteorológico, tal como mais distante, o Planalto de S. Romão com o cultivo de Centeio e o Vale do Mondego. Marina ao sentar-se retira um caderno e começa a escrever sobre o que sentia. Houve algo que mudara a sua maneira de ver a vida, houve algo que ainda não tinha visto e só agora via, houve algo que a natureza lhe transmitira que a fizera mudar de atitude. Marina sentia-se motivada, sentia-se feliz e tinha vontade ter uma atitude mais positiva, e isso escrevera no caderno. Porque como tudo na vida nasce e morre, não se deveria preocupar tanto e a Serra da Estrela queria se ligar a ela e encher-lhe os pulmões de vida que ela devia aproveitar, e devia sentir o que é natural e extremamente belo. A Serra já queria mostrar isso há muito tempo, mas Marina impedia que lhe comunicassem com o coração. Decidiu aproveitar a Serra da Estrela ao máximo durante o tempo que lá estava, embora tivesse de resolver o problema do automóvel, isso não a iria impedir de ser feliz na Serra da Estrela. Sentia-se calma, parecia que tinha encontrado a paz que procurava. Tinha

sido uma boa escolha para o retiro que precisava, e não só, sentia forças inimagináveis para enfrentar tudo o que estaria para vir.

Enquanto escrevia, lembrava-se que o caminho não tinha sido fácil e não iria começar a ser. Marina continua o percurso demonstrando algum empenho, mesmo com algum descontentamento. Recorda-se então, que no decorrer da viagem, Marina depara-se com um pau encostado a uma árvore. Ao observar o pau cuidadosamente, apercebe-se que este pau lhe poderá ser muito útil, e tornaram-se a partir daí companheiros da caminhada. Na verdade, Marina estava no percurso pedestre da Rota da Ribeira da Caniça, que ligava a Aldeia da Senhora do Desterro até aos Cornos do Diabo, percurso este que possuía a prevalência de azinhais sub-húmidos, sobreirais sub-húmidos a húmidos, carvalhais-negrais húmidos, piornais-brancos húmidos e urzais húmidos. Podendo-se ainda referir, que ao longo do percurso pedestre que abrangia um vale em forma de U, o vale do Alva. Neste caminho viu borboletas lindíssimas, e aquela paisagem era tão fantástica vista daquele ponto. Sentia-se tão pequenina perante aquela larga imensidão.

Na verdade, Marina percorrera vários caminhos pelos trilhos da Serra da Estrela e encontrara pessoas novas, teve contacto com variadíssimas plantas e arvores, viu animais que deslocavam-se livremente pela natureza, ou pelo ar como as águias, tinha conhecido pessoas extraordinárias, experimentados pratos gastronómicos regionais saborosos que nunca tinha saboreado.

Numa dessas caminhadas, Marina encontrava-se no trilho da Vila Cova à Coelheira, onde se encontrava recheada de plantações que lhe acompanhavam o caminho, pinhais de olivais, terras de regadio, vinhedos, prados de azevém, e pinhais de pinheiro-bravo, passeava com um profundo contentamento por estar tão próxima da natureza e a felicidade demonstrava-se no seu sorriso. De repente, desciam a montanha da Serra três ciclistas em grande velocidade e iam de encontro com Marina. Esta assustou-se e emergiu um grito, enquanto se afastava de meio da estrada que caminhava. A Marina encontrava-se feliz e aquele momento atribuíam-lhe contentamento por estar onde estava e aproveitar o melhor que a Serra tinha para oferecer, sentia-se tão calma.

No entanto, enquanto caminhava pensava que gostaria de voltar a encontrar aquele grupo de amigos que conhecera no Vale Rossim. E quanto mais pensava nisso, mais se clarificava a ideia que teriam de revelos. E assim foi, em direção ao descrito Farol que Alex convidara. Caminhou numa escadaria que a levava a uma Santa que se encontrava no cimo, passou pela cascata da praia fluvial da Vila Cova da Coelheira, viu o enorme lago perto do Museu Hidrelétrico da Aldeia da Senhora do Desterro, admirou a enorme estátua da Senhora da Boa Esperança, regressou à Torre e de repente o tempo das caminhadas levava-a ao Farol.

4.5.5 Episódio do Farol - O Fim

Marina chegava ao destino programado, o grupo de jovens já não se encontrava lá, visto que ela chegara tarde de mais. Não conformada com esta situação, decidiu procurar pelo grupo de amigos pela Covilhã, já que este destino foi discriminado por Alex que seria uma das visitas no percurso do grupo de amigos. A Marina descreve nesta fase uma evolução psicológica e emocional positiva que a permite procurar um novo caminho para o futuro, despedindo-se do seu passado e seguir um rumo em direção à felicidade. Assim, Marina antes de dirigir até à Covilhã, enterra o colar em forma de coração, anteriormente oferecido por um ex-namorado, como forma representativa do estado de alma que se encontra e que sentia que servia de suporte para o recomeço.

Na Covilhã resolve procura-los pela cidade, e então decide percorrer a Ponte Pedonal da Covilhã utilizando a ligação dos elevadores do Jardim Público da Covilhã para chegar a este local. Em quanto atravessava a ponte, aparece Alex por coincidência e ao olhar para a ponte reconheceu à distância que Marina se encontrava a atravessa-la. Desde logo a chamou o que procedeu num encontro esperado por ambos.

Fim.

5. Conclusão

O principal objetivo do projeto foi o prolongamento de consumo do mercado da marca Serra da Estrela, mediante o incentivo proporcionado pelo cinema turístico para estímulo da procura no Verão. Na investigação do mercado presente no projeto destacou-se que as associações ou referências à Serra da Estrela estão de uma forma geral ligadas à neve e ao Inverno, o que consequentemente reflete o desconhecimento parcial do produto turístico, tal como as capacidades deste para a realização de Turismo da Natureza. Por outro lado, o comportamento da procura estrangeira em 2014 da região centro, e especificamente na tendência de escolha por hospedagem estacionária ou circulante, revelou que a inclinação da procura deste território é realizada no Inverno. Assim, tendo em conta a pertença da Serra da Estrela à região centro, leva a crer que a neve é uma das razões do comportamento e atração do mercado. De outro modo, a investigação para o projeto verificou a existência de outras variáveis que são componentes integrantes da marca Serra da Estrela que são pouco associadas ao destino.

Numa primeira fase, o projeto consistiu numa investigação do mercado de modo a conhecer os pontos fortes, e também encontrar variáveis atrativas que fossem necessárias promover. Esta investigação resultou nos alicerces da construção cinematográfica realizada posteriormente.

Esta curta-metragem demonstra três principais limitações. No início do projeto procurou-se formar uma equipa que compreendia produção, realização, direção de fotografia, direção de som e atores. Contudo, principalmente pelo período que seria realizadas as filmagens correspondente ao verão, não existiu disponibilidade de elementos para formulação da equipa técnica, tendo sido unicamente possível a participação de alguns atores. Deste modo, levou que a curta-metragem fosse elaborada por dois únicos elementos, que por sua vez, aglomeraram todas as funções de direção da equipa técnica, e inclusive a representação. Este contexto, não possibilitou a execução de todas as atividades na máxima plenitude, e consequentemente notam-se alguns erros, como por exemplo no som. Por outro lado, pode-se neste momento considerar a obra inacabada, não só pelas questões técnicas que precisam ser solucionadas, mas pela necessidade de tempo de preparação para representar algum resultado efetivo no comportamento do consumidor, por exemplo, um estudo de mercado relacionado com a perceção deste em relação ao filme.

Outra das limitações é exatamente não existir a influência do cinematográfica nos comportamento de consumo do produto Serra da Estrela, e dessa forma, torna-se difícil perceber as orientações futuras para algum tipo de comunicação promocional.

O filme comporta uma duração elevada comparando com as outras referências de filmes turísticos, não inclusive os documentários, podendo representar uma limitação do projeto. Pode-se dizer justificar com varias razões que possam estar na origem desta limitação. Foi relativamente importante no projeto a procura de comunicação dos pontos fortes da Serra da Estrela, nomeadamente aqueles relacionados com o Turismo da Natureza, e por outro lado, o objetivo do projeto pretendeu a aproximação do consumidor à história. Neste sentido, tornou-se complicado encurtar o filme de modo a que estas duas premissas fossem satisfeitas. Este acontecimento poderá ser o resultado de muito conteúdo de imagem, ou demasiado conteúdo de enredo que poderá não se adaptar a filmes turísticos. Todavia, pode-se considerar que a escolha da comunicação poderia ser mais direcionada e específica, ou seja por exemplo, não se tratar de comunicação direcionada para o Turismo da Natureza, mas sim par os percurso pedestres. Por outras palavras, o conceito de Turismo da Natureza envolve muitas atividades e motivações turísticas que torna difícil integrar grande parte no filme turístico de modo à obtenção de uma curta-metragem de menor duração. Ou ponderasse ainda considerar que em termos de fotografia, a elaboração das filmagens poderá estar mais próxima do cinema do que com a publicidade, e essa particularidade motiva que as cenas sejam mais longas e não tão concretas.

Como referido anteriormente como limitação, era interessante em investigações futuras perceber o comportamento dos consumidores após o visionamento do filme, nomeadamente no que diz respeito à marca Serra da Estrela. Assim por sua vez, também tomar contacto com

o efeito emocional, psicológico, de motivação, de atratividade, entre outras questões mais intrínsecas do consumidor.

Em género de conclusão final do projeto, a realização desta curta-metragem estabeleceu maior contacto com as políticas turísticas no terreno, e dessa forma levantou algumas considerações. Os filmes propiciam um aumento considerável de visitantes devido ao impacto que a produção audiovisual possui nas tendências de turismo, e como é óbvio, deverá existir estrutura e preparação das indústrias de suporte do turismo para que seja possível sustentar o crescimento da afluência de pessoas ao destino turístico. Como mensurado em estudos sobre a Serra da Estrela, e principalmente, se for englobada toda a dimensão da Serra turisticamente inexplorada para além da zona da torre, pode-se concluir que não existe estrutura de suporte neste momento para que a Serra a Estrela fosse vista de outra forma. Eventualmente, e referindo uma das limitações do projeto, é que a utilização da Serra da Estrela como palco cinematográfico com base em marketing para fomentar o turismo da serra, focando especialmente nas áreas pouco conhecidas e inexploradas, poderá levar à degradação ambiental do destino turístico pelo aumento de visitantes.

6. Referências Bibliográficas

- Aldeias de Portugal. (n.d.-a). Belmonte | Aldeias Históricas de Portugal. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.aldeiashistoricasdeportugal.com/belmonte>
- Aldeias de Portugal. (n.d.-b). Linhares da Beira | Aldeias Históricas de Portugal. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.aldeiashistoricasdeportugal.com/linhares>
- Baker, D., & Doren, C. S. Van. (1998). Movie induced tourism, 25(4), 919-935.
- Barretto, M. (2006). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Retrieved from https://books.google.com/books?hl=pt-PT&lr=&id=i1aAnj_QQPIC&pgis=1
- Brandia Central. (2009). Estudo de Avaliação da Atractividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o Mercado Interno, 61.
- Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2010). Experiencing Film Tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.005>
- Câmara Municipal da Covilhã. (n.d.). Município da Covilhã PONTE SOBRE A RIBEIRA DA CARPINTEIRA Inaugurada no dia 06 de Setembro de 2009, milhares de pessoas atravessaram pela primeira vez a Ponte Pedonal sobre a Ribeira da Carpinteira, uma obra há muito ambicionada pelo encurtamento do trajec. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.cm-covilha.pt/simples/?f=4914>
- Câmara Municipal de Seia. (n.d.-a). Câmara Municipal de Seia, Serra da Estrela | Lapa dos Dinheiros. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.cm-seia.pt/praias-fluviais/lapa-dos-dinheiros>

- Câmara Municipal de Seia. (n.d.-b). Câmara Municipal de Seia, Serra da Estrela | Vila Cova à Coelheira. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.cm-seia.pt/praias-fluviais/vila-cova-a-coelheira>
- Centro Nacional de Turismo no Espaço Rural. (2002). Serra da Estrela, 5.
- CISE. (n.d.). Lagoa Comprida - Vale do Rossim o, 238310230, 0-1.
- CISE, Sumo, N., & Porto, N. (n.d.). Ribeira da Caniça, 230.
- Classificação | Caracterização. (2015).
- Connell, J. (2012). Film tourism - Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>
- Dobreira, C. M. (2003). Porta da Estrela - 20-11-2003 - Local - Capela de Nossa Senhora do Espinheiro. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.portadaestrela.com/index.asp?idEdicao=94&id=4335&idSeccao=810&Action=noticia>
- Douradas, C. das P. (n.d.). Percurso pedestre volta das penhas douradas.
- ERM Portugal, L. e E. (2008). Parque natural da serra da estrela.
- Estância de Ski. (n.d.). Estância de ski - Estância de ski. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.skiserradaestrela.com/?cix=622&lang=1>
- Gaspar, deNÓMIO de J. R. (2014). *MANTEIGAS: Uma TERRA na SERRA enoVELADA em LENDAS*. José Rabaça Gaspar deNomios. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=VfagYGxwjGAC&pgis=1>
- Governo de Portugal. (2013). Plano Estratégico Nacional do Turismo, 88.
- Grande, M., & Vedras, T. (2015). Centro Flash Regional - dezembro 2014 Centro, 2013-2014.
- Guia da Cidade. (n.d.-a). Senhora da Boa Estrela (Covilhã) - Distrito de Castelo Branco | Guia da Cidade | Região Centro. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.guiadacidade.pt/pt/poi-senhora-da-boa-estrela-17106>
- Guia da Cidade. (n.d.-b). Torre - Serra da Estrela (Seia) - Distrito da Guarda | Guia da Cidade | Região Centro. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.guiadacidade.pt/pt/poi-torre-serra-da-estrela-17172>
- Hoppen, A., Brown, L., & Fyall, A. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations? *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 37-47. <http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.009>
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Kim, S. (2011). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management*, 33(2), 387-396. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.008>
- Leitão, A. (n.d.). Alojamentos Leitão. Retrieved October 1, 2015, from <http://alojamentosleitao.com/site/>

- Lenda da Lagoa Escura. (n.d.). Retrieved October 1, 2015, from <http://www.lendarium.org/narrative/lenda-da-lagoa-escura/?tag=1146>
- Lendas de Manteigas e Serra da Estrela. - Museu Virtual. (n.d.). Retrieved October 1, 2015, from <http://museu.cm-manteigas.pt/2014/10/lendas-de-manteigas-e-serra-da-estrela/>
- Manteigas. (n.d.). Retrieved October 1, 2015, from <http://www.cise.pt/pt/index.php/serra-da-estrela/o-que-visitar/manteigas?start=2>
- Parque Natural – ICNF. (n.d.). Retrieved from <http://www.icnf.pt/portal/ap/nac/parq-natur>
- Portal da Serra da Estrela. (n.d.). Rotas | Portal Serra da Estrela - Alojamentos, restaurantes, lazer. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.serradaestrela.biz/rotas/rota-vila-soeiro>
- Projeto Higró. (2012). Caderno de Boas Práticas. *Saudi Med J*, 33, 3-8. <http://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>
- Relat, I. (2014). Índice.
- Silva, M. L. (2015). Os Resultados do Turismo, Ficha Técnica, 1 -23. Retrieved from <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/osresultadosdoturismo/Anexos/1.%C2%BA Trim 2014 - Os resultados do Turismo.pdf>
- Turisestrela. (2012). Rota das Lagoas e Rios. *Saudi Med J*, 33, 3-8. <http://doi.org/10.1073/pnas.0703993104>
- Turismo Centro de Portugal. (2015). Turismo Centro de Portugal. Retrieved October 2, 2015, from http://www.turismodocentro.pt/profissional/pt/estatistica.123/estatistica_2014.133/estatistica_2014.a100.html
- Turismo de Portugal. (2006). Turismo de Natureza. Retrieved from www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Turismo de Natureza 2006.pdf.
- Turismo de Portugal. (2007). Plano Estratégico Nacional de Turismo.
- Turismo de Portugal. (2011). O Turismo na Economia Evolução do contributo do Turismo para a economia portuguesa 2000-2010, 54.
- Turismo de Portugal. (2014). Inquérito a Turistas Novembro de 2014, 32. <http://doi.org/http://www.turismodeportugal.pt/>
- Vieira, R. (2009). Jornal do Fundão - Covilhã - “JF” mostra primeiras imagens dos elevadores. Retrieved October 1, 2015, from <http://www.jornaldofundao.pt/noticia.asp?idEdicao=105&id=5778&idSeccao=986&Action=noticia>
- World Tourism Organization UNWTO. (2008). Understanding Tourism Basic Glossary World Tourism Organization UNWTO.

