

Fomento ao turismo cinematográfico nos Açores: Um projeto concebido com a participação de *stakeholders* regionais

Trabalho de Projeto

Miguel Nobre Chagas

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



Ponta Delgada
2022

Fomento ao turismo cinematográfico nos Açores: Um projeto concebido com a participação de *stakeholders* regionais

Trabalho de Projeto

Miguel Nobre Chagas

Orientadora

Prof^a. Doutora Daniela Fantoni Alvares

Trabalho de projeto submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Gestão de Recursos Humanos.





RESUMO

O presente estudo tem por objetivo desenvolver um trabalho de projeto, concebido de forma participada com *stakeholders* regionais do setor cinematográfico/vídeo, para o fomento do turismo cinematográfico na Região Autónoma dos Açores (RAA), com o intuito de potencializar os benefícios deste segmento no arquipélago.

Os procedimentos metodológicos adotados foram os seguintes: partiu do enquadramento teórico e da identificação dos *stakeholders* regionais dos setores cinematográfico/videográfico: Atores, Produtores, Realizadores, Escritores/Guionistas, Técnicos de Som/Luz, Encenador e Diretor. Na sequência, aplicou-se o método do *design thinking*, a partir da realização de entrevistas com 12 *stakeholders* regionais e da promoção de oficina de planeamento com 7 *stakeholders*. A partir das ideias e sugestões destes, assim como dos *insights* surgidos das questões abordadas por estes, foi elaborado um projeto de turismo cinematográfico a ser desenvolvido nos Açores.

As propostas apresentadas no projeto são (i) criação de um *website* que apresente o destino Açores e seu potencial para a indústria cinematográfica; (ii) elaboração de uma curta-metragem para atrair realizadores de cinema/vídeo para os Açores; (iii) conceção de roteiros turísticos com foco no turismo cinematográfico; (iv) definição de linhas mestras para programas de qualificação de recursos humanos e (v) elaboração de propostas governamentais de atração.

O presente projeto pode ser utilizado como ferramenta para incremento do turismo cinematográfico na RAA, além de ser um aliado para a aproximação de *stakeholders* regionais do cinema/vídeo e potenciais investidores externos. Desta forma, este projeto tem potencial para contribuir com o desenvolvimento regional dos Açores, a partir da dinamização deste segmento turístico e incremento do setor cinematográfico.

Palavras-chave: *design thinking*; destinos turísticos; *stakeholders* regionais; turismo cinematográfico.



ABSTRACT

This study aims to develop a work project, conceived in a participatory way with regional stakeholders of the film/video sector, for the promotion of film tourism in the Autonomous Region of the Azores, in the hopes of enhancing the benefits of this segment in the archipelago.

The methodological procedures adopted were as follows: it started with the theoretical framework and the identification of regional stakeholders in the film/video sector: Actors, Producers, Directors, Writers/Writers, Sound/Light Technicians, Stage Directors and General Directors.

In the follow-up, the design thinking method was applied based on interviews with 12 regional stakeholders and the promotion of a planning workshop with seven stakeholders. Based on these ideas and suggestions, as well as the insights arising from the issues addressed, a film-induced tourism project was elaborated to be developed in the Azores.

The proposals presented in the project are (i) the creation of a website that presents the Azores' destination and its potential for the film industry; (ii) the preparation of a short film to attract film/video directors to the Azores; (iii) design of tourist itineraries focusing on film tourism; (iv) definition of guidelines for human resources qualification programs and (v) preparation of government proposals for attraction.

This project can be used as a tool to increase film tourism in the Azores, besides being an ally for the approximation of regional film/video stakeholders and potential external investors. Thus, this project has the potential to contribute to the regional development of the Azores by boosting this tourism segment and the increase of the film sector.

Keywords: design thinking; film tourism; regional stakeholders; tourism destinations.



AGRADECIMENTOS

Nesta viagem, não faltaram os grandes obstáculos, momentos de desmotivação e de extremo cansaço, mas também não faltaram os momentos de alegria, diversão e conquista. Ao longo destes dois anos de Mestrado, foram momentos de muita adversidade, acompanhado de uma crise pandémica muito atribulada, onde ninguém saberia o que o futuro escondia, mas pude contar com o apoio de várias pessoas, às quais estarei para sempre muito grato.

Agora que este percurso, finalmente está se concluindo, é tempo de regressar à minha área turístico-hoteleira. É uma área que me apaixonou, cheia de hospitalidade e empatia, que me permitiu crescer muito, ao longo destes anos, mas também que me fez envelhecer, consideravelmente.

Com este projeto aqui apresentado, espero que as experiências compartilhadas, na trajetória até aqui, sejam alavancas para alcançar a alegria de chegar ao destino por mim ambicionado.

À Universidade dos Açores, agradeço pela honra que me deu ao ter conhecido a Prof^a. Doutora Daniela Fantoni Alvares, que pela sua humildade e profissionalismo, desde o primeiro impacto, me conseguiu cativar. Agradeço muito à formação de excelência que me proporcionou e, acima de tudo, pelo sentimento de pertença e de me fazer sentir que a minha voz tinha peso e que era realmente importante.

Um agradecimento especial aos *stakeholders* que permitiram que este projeto tivesse pilares para se desenvolver, e que muitas ideias e contribuições deram para o desenrolar do mesmo por meio das entrevistas e da oficina de planeamento.

Por último, um agradecimento aos meus pais, irmão e família que me deram a preciosa oportunidade de prosseguir os estudos e de seguir os meus sonhos e ao meu grande melhor amigo e companheiro de sempre por todo apoio e força que me deram durante todo este percurso.



ÍNDICE

RESUMO	i
ABSTRACT.....	ii
AGRADECIMENTOS.....	iii
ÍNDICE.....	iv
LISTA DE TABELAS	v
LISTA DE FIGURAS	vi
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO II - ENQUADRAMENTO TEÓRICO	4
2.1 Turismo como motor de desenvolvimento de uma região	4
2.2 Turismo cinematográfico	6
2.2.1 Turismo cinematográfico em Portugal	7
2.2.2 Turismo cinematográfico nos Açores	10
2.3 Planeamento participativo	12
CAPÍTULO III - METODOLOGIA	15
CAPÍTULO IV - O PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO	18
4.1 Análise das entrevistas	18
4.1.1 Amostra	18
4.1.2 Turismo Cinematográfico: Perceção dos <i>stakeholders</i>	19
4.1.3 Potencialidades e desafios da RAA como destino cinematográfico	21
4.1.4 Recursos humanos nas produções cinematográficas	22
4.1.5 Benefícios do turismo cinematográfico para os destinos	23
4.1.6 Sugestões dos <i>stakeholders</i> para o desenvolvimento do turismo	25
4.2 Resultados da oficina de planeamento	26
4.2.1 Forças	28
4.2.2 Fraquezas	28
4.2.3 Oportunidades	29
4.2.4 Ameaças	30
4.2.5 Debate e apresentação das ideias para o projeto	30
CAPÍTULO V - PROPOSTA DE PROJETO	34
5.1 Apresentação	34
5.2 Objetivos	35
5.3 Justificativa	35
5.4 Fases do projeto	36
5.4.1 Fase 1 - Criação do <i>website CineAzor</i>	37
5.4.2 Fase 2 - Proposta de criação de curta-metragem	41
5.4.3 Fase 3 - Programa de qualificação de recursos humanos	43
5.4.4 Fase 4 - Programas governamentais de atração	45
5.4.5 Fase 5 - Criação de roteiros turísticos	47
5.5 Cronograma	49
5.6 Orçamento previsto	50
CAPÍTULO VI - CONCLUSÃO	52
REFERÊNCIAS	55
ANEXOS	59
LISTA DE ANEXOS	60



LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Entrevistados e áreas de atuação	19
Tabela 2 - Participantes da oficina de planeamento e áreas de atuação	26
Tabela 3 - Orçamento previsto	51



LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cenários possíveis do turismo cinematográfico nos destinos	24
Figura 2 - Análise <i>SWOT</i> do Turismo Cinematográfico/ Indústria Cinematográfica nos Açores	27
Figura 3 - <i>Website CineAzor</i>	37
Figura 4 - <i>Website Discover Azores</i>	38
Figura 5 - Empresas parceiras e apoio logístico	39
Figura 6 - Locais de inspiração cinematográfica em cada ilha selecionada	39
Figura 7 - O lado mais realista de um cenário	40
Figura 8 - Incentivo ao contacto com os <i>stakeholders</i> regionais	41
Figura 9 - Roteiro Cinematográfico	48
Figura 10 - Cronograma do projeto	50



CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

Cinema e turismo, uma simbiose perfeita (Astorino, 2019). Este é um dos principais pontos de partida, deste trabalho de projeto, que pretende contribuir para que os benefícios provenientes desta interação possam ser potencializados em prol do desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores (RAA).

A RAA é formada por 9 ilhas, divididas em 3 grupos, nomeadamente, o grupo oriental, a qual pertencem Santa Maria e São Miguel; o grupo central, formado pela Terceira, Graciosa, São Jorge, Pico e Faial; e por fim, o grupo ocidental da qual faz parte as Flores e o Corvo. O arquipélago situa-se no Atlântico Norte, entre 2 continentes, a Europa e a América do Norte. É um arquipélago que têm crescido, consideravelmente, como destino turístico e tem recebido vários prémios internacionais, entre estes, pela terceira vez consecutiva, como melhor destino europeu de Turismo de Aventura pelo *World Travel Awards Europe*. Além disso, é importante ressaltar que os Açores é o primeiro arquipélago certificado como sustentável pela *EarthCheck*, entidade acreditada pela *Global Sustainable Tourism Council*.

Segundo D'Alessandro et al. (2015), em um estudo sobre *city branding* e turismo cinematográfico, verifica-se, cada vez mais, que séries e/ou filmes podem influenciar largamente a decisão de um turista em querer visitar determinado local. A maneira como os destinos turísticos são retratados, nas películas, pode potenciar positivamente a estratégia de marketing do destino e, por consequência, atrair determinado público-alvo.

A grande motivação para este projeto é a paixão pelo turismo, assim como pela Sétima Arte. Esta é uma arte que converge muitas áreas artísticas e inclui muitas vertentes como escrita, representação, realização, fotografia, som, iluminação, cenografia, figurinos, adereços, música, maquilhagem, cabeleireiro, edição, correção de cor, sonoplastia, efeitos especiais e *design* gráfico. É precisamente por isso, que as grandes produções de Cinema e Televisão têm, portanto, o potencial de aumentar a oferta de trabalho que, embora temporária, pode criar oportunidades futuras. Além disso, podem gerar o incremento do consumo e da procura por determinado local. Sabe-se que assim que uma obra cinematográfica é lançada, aumenta o interesse e a curiosidade pelos destinos onde as filmagens ocorreram (Hudson & Ritchie, 2006), fato este que se reflete, muitas vezes, no desenvolvimento do turismo nessas localidades.



Relativamente ao caso concreto da RAA, que é precisamente onde este projeto se irá focar, ainda não podemos dizer que apresenta uma indústria cinematográfica bem assente. Contudo, não podemos deixar de registar que já teve no passado produções realizadas nos Açores que se destacaram, entre estas: “Adeus Pai” e “É na Terra, não na Lua”. Em relação ao turismo cinematográfico na RAA, não foi possível localizar qualquer estudo sobre a temática. Desta forma, pelo que se tem conhecimento, este será o primeiro a contemplar este segmento turístico na região.

Cada vez mais, tem se observado que produções do continente português e de países estrangeiros estão a acontecer nos Açores. Recentemente, foi gravada, na ilha de São Miguel, a série da Netflix intitulada “Rabo de Peixe”. No entanto, verifica-se que os técnicos e atores recrutados para as filmagens da referida série foram, maioritariamente, do continente. Embora estas nunca deixem de ser oportunidades extremamente positivas, a verdade é que não estão a ser aproveitadas na sua totalidade, faltando envolver os recursos humanos da localidade.

Em novelas portuguesas, como "Ilha dos Amores" e "Amar Demais", e em séries, como "Uma Família Açoriana", todas gravadas na RAA, observa-se que poucos açorianos foram envolvidos no processo, como é possível observar pelos dados da Cinemateca Portuguesa (2022), mais concretamente, quando se analisa as listagens do elenco e de onde são provenientes os atores.

Em termos do turismo, o mesmo foi beneficiado por um aumento da procura em 2015 com incremento de mais de 40% (SREA, 2016), em relação ao ano anterior, quando se atingiu um marco histórico de 1 milhão de passageiros desembarcados na RAA, pela primeira vez. Para além da liberalização do espaço aéreo em 2015, parte dessa procura, possivelmente, se deve por reflexos positivos da exibição televisiva da série supracitada, que terminou em 2013.

Diante desta discussão, sobre o cinema e o turismo, que este trabalho foi elaborado. Este tem por objetivo apresentar uma proposta de projeto, concebido de forma participada com *stakeholders* regionais dos setores de cinema/vídeo, para o fomento do turismo cinematográfico nos Açores, com o intuito de potencializar os benefícios deste segmento na região.

Os objetivos específicos são: (i) envolver os *stakeholders* regionais dos setores cinematográfico/videográfico dos Açores, no processo de planeamento participativo do



projeto; (ii) identificar possíveis benefícios e eventuais problemáticas associadas à implantação do turismo cinematográfico nos Açores; (iii) promover oficina de planeamento com *stakeholders* regionais para a elaboração do projeto de turismo cinematográfico nos Açores; (iv) realizar a formatação do projeto, a partir das ideias coletadas durante as oficinas de planeamento e entrevistas, assim como *insights* provenientes destas; (v) apresentar o trabalho de projeto aos envolvidos, após a apresentação ao júri de mestrado.

Espera-se com a presente proposta de projeto: (i) o regresso das grandes produções locais que retratem a essência dos Açores; (ii) a atração de grandes produções nacionais e internacionais para serem filmadas nos Açores e (iii) o incremento do turismo cinematográfico, a partir do fortalecimento das relações entre cinema e turismo.

O ponto de partida é a seguinte indagação: “que propostas os *stakeholders* regionais dos setores cinematográfico/videográfico dos Açores gostariam de ver contempladas num projeto com foco no fomento ao turismo cinematográfico na RAA?”

Numa primeira fase, será apresentando o enquadramento teórico, no que concerne a questão de o turismo ser considerado motor de desenvolvimento de uma região. Na sequência, serão abordados os conceitos de turismo cinematográfico e a sua evolução em Portugal, assim como nos Açores. Posteriormente, se discorrerá sobre a importância do planeamento participativo.

Numa segunda fase, serão apresentados os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento da proposta de projeto. Nesta fase, a terminologia *design thinking* será contextualizada à aplicação do presente projeto.

Numa terceira fase, serão apresentados os resultados das entrevistas e da oficina de planeamento realizadas com diferentes *stakeholders* da área de cinema e vídeo da RAA, com o intuito de analisar as ideias, sugestões e diferentes pontos de vistas, que foram considerados para a elaboração deste trabalho.

Numa quarta fase, será apresentada a proposta de projeto de turismo cinematográfico para a RAA, sendo esta dividida em apresentação, objetivos, justificativa, fases do projeto, cronograma e orçamento previsto. Por fim, serão apresentadas as conclusões deste trabalho.



CAPÍTULO II - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 O turismo como motor de desenvolvimento de uma região

Cada país ou região tenta definir e assentar políticas em perspetivas de aproveitamento do turismo. Desta forma, cada vez mais, se tem vindo a perceber que esta atividade é de fato essencial para o desenvolvimento e atração de investimento a vários níveis para as localidades com potencialidade turística.

O turismo é descrito por Torre (1997) como “uma interação e, como tal, é recarregado constantemente pelos sujeitos” (p.29). Conforme o autor, o turismo promove inúmeras inter-relações sociais, económicas e culturais, o que acaba por fazer com que este se desenvolva num ambiente coletivo, delineando assim, uma nova ordem social, que valoriza a interação com o meio e com os outros. O autor conclui que “trata-se de um fenómeno social, que dá conta de inúmeras atividades e que mantém relevantes relações em todas as esferas da vida social” (Torre, 1997, p.29).

Corroboramos com os autores que defendem o turismo como um fenómeno, entre estes, Goeldner et al. (2002), Moesch (2014) e Brusadin (2015), e forte impulsionador socioeconómico e cultural. Este desenvolvimento que o turismo absorve para as regiões pode ser visto como “um conjunto de ações, mecanismos, estratégias e políticas endógenas, desencadeadas por atores locais em interação com as demais escalas de poder e gestão” (Martins & Moraes, 2016, p. 42). Pode-se subentender que o turismo é um fenómeno transversal que afeta e tem a capacidade de articular meios e espaços da sociedade onde este se insere (Ramos & Costa, 2017).

Para primeiro entendermos a forma como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento, é fulcral entender os conceitos que estão por detrás dos mesmos e como tal é necessário referenciar dois conceitos que são: o desenvolvimento económico e o crescimento económico.

Bresser-Pereira (2011), no seu estudo de compreensão do desenvolvimento económico, define este como:

Um processo de sistemática acumulação de capital e de incorporação do progresso técnico ao trabalho e ao capital que leva ao aumento sustentado da



produtividade ou da renda por habitante e, em consequência, dos salários e dos padrões de bem-estar de uma determinada sociedade (p.147).

Com a vinda do turismo, não nos podemos esquecer do essencial, que é precisamente os moradores locais e a sua qualidade de vida. Temos de refletir de que forma é que estas comunidades podem vir a ser negativa ou positivamente afetadas. Diniz (2010) refere precisamente isso:

O desenvolvimento está para além do processo económico e ainda inclui na sua definição, que é necessário atingir uma série de objetivos, entre eles a melhoria da qualidade de vida das populações, dos acessos à saúde, da melhoria da educação, da criação de condições que contribuam para a felicidade geral (p. 26).

Por outras palavras, podemos dizer que o processo de desenvolvimento turístico e económico deve ser o máximo possível sustentável. Quando falamos em turismo sustentável temos de perceber que não deve ser uma forma de pensar apenas no plano atual, mas sim a longo prazo.

Swarbrooke (2000) aponta que não existe uma definição completamente aceite de turismo sustentável e Butler (1999) argumenta que o turismo sustentável se apresenta em contraposição ao turismo de massa. E, na mesma linha, Milne (1998) afirma que a maioria das discussões sobre turismo sustentável busca contrapor e diferenciar atividades sustentáveis daquelas relacionadas ao turismo de massa. Por outras palavras, o que se pretende com o turismo sustentável é a capacidade de surpreender os visitantes e ir ao encontro às suas necessidades, querendo impactar positivamente a comunidade local, dando-lhes emprego e rendimento, e ao mesmo tempo, ter um especial cuidado com a forma como é impactado o ambiente. Esta forma de pensar é fomentada por Ritchie e Crouch (2003) que afirmam que:

Numa perspetiva sustentável, não é apenas o capital natural endógeno de cada destino que deve ser mantido, mas todos os elementos de atração, os fatores de suporte e as infraestruturas devem também ser mantidas e geridas de forma sustentável se se pretender manter a competitividade económica e de mercado (p. 124).

O que faz sentido, pois atualmente, os turistas estão cada vez mais informados e mais conscientes e como tal, preferem experiências mais sustentáveis. As boas práticas feitas



pelas regiões são grandes fatores de atratividade, no que toca a competitividade e o desenvolvimento do setor.

Uma outra grande aposta é sem dúvida, a diferenciação do território, por outras palavras, podemos dizer que é na oferta de experiências únicas e inesquecíveis, que cada região tem para oferecer, que será possível desenvolver economicamente as regiões, visto que são os territórios que podem ser diferenciados e não os produtos em si (Costa, 2006).

Para Smith (1994) é por isso que é fundamental que se conheçam os recursos potenciadores dos lugares. Saber quais são os principais recursos económicos, naturais, culturais e patrimoniais, pois é através deste conhecimento que poderemos adotar estratégias de marketing que sejam bem-sucedidas no setor do turismo. Segundo Baptista (1990), podemos concluir que o turista procura um misto de emoções: consumir, utilizar, experimentar, observar e apreciar durante a sua viagem, e isto é fundamental de se perceber aquando pretendemos focar no desenvolvimento de qualquer região.

É importante referir também, que para que o produto turístico seja aceite, quer pelo turista, quer pelos residentes, é necessário que haja uma política coerente e responsável das regiões.

2.2 Turismo Cinematográfico

O turismo cinematográfico ou o turismo induzido por filmes tem sido alvo de diversas denominações e muitos estudos, mas a maioria parece concordar que é um tipo de turismo que se integra no ramo do turismo cultural. Inevitavelmente, parece haver uma variedade de maneiras de nos referirmos a este fenómeno, mas os mais notórios são: turismo média-induzido, turismo induzido por filmes e turismo cinematográfico.

Há um consenso que se refere ao crescente interesse e procura de locais que se tornaram populares devido a sua aparição em filmes e séries de televisão. Vários estudos corroboram que os filmes são eficazes como fator de atração motivacional e podem induzir com sucesso uma viagem específica ao local onde o filme foi rodado (Riley & Van Doren, 1992; Tooke & Baker, 1996; Couldrey, 1998; Kim & Richardson, 2003; Beeton, 2015).

Podemos afirmar que este nicho de mercado se refere a uma experiência mais moderna e mais recente, e trata-se de um tipo de turismo que um determinado lugar foi



retratado de alguma forma por meio de uma representação mediática, sendo que a experiência audiovisual vivenciada acaba por criar uma sensação altamente personalizada no espectador e o estimula a conhecer os locais de filmagem.

Parece que existem diferentes contextos ou perspectivas, a partir das quais poderíamos definir este termo. Um deles é que o turismo induzido pelo cinema tem sido definido como “visitas turísticas a um destino ou atração como resultado do destino apresentado na tela do cinema, vídeo ou televisão” (Busby & Klug, 2001, p. 22). Iwashita (2003) reforça isso afirmando que o filme, a televisão e a literatura podem influenciar as preferências de viagem e escolhas de destino de indivíduos, expondo-os aos atributos e atrações dos destinos.

Além disso, as longas-metragens são, muitas vezes, filmadas e realizadas em contexto histórico significativo e facilmente identificável para o espectador. Muitas vezes, são utilizados sítios patrimoniais de forma que seja possível ganhar maior popularidade nestes destinos após o lançamento do filme. Na verdade, têm-se vindo a verificar que as filmagens neste tipo de cenário acabam por tornar os mesmos em atrações turísticas populares por causa do filme produzido (Busby & Klug, 2001).

2.2.1 Turismo cinematográfico em Portugal

Segundo Cunha (2010), no seu estudo sobre os primórdios do turismo em Portugal, o turismo desenvolveu-se no país de forma descontínua e irregular devido aos inúmeros governos e mudanças de que foi alvo ao longo dos anos, e só mais recentemente (a partir da década de 90) é que foram definidas políticas concisas que fossem coesas com o que é aplicado internacionalmente. Já durante o Estado Novo há relatos, de que algumas políticas haviam sido assumidas, gradualmente, de forma a organizar e regular o setor turístico, colocando-o sob a sua esfera de influência ideológica (Melo, 2001). Porém, um enfoque excessivo nos textos e nas imagens da propaganda do Estado Novo, “arriscaria conduzir-nos a uma sobrevalorização da ação do Estado e dos seus efeitos homogeneizantes” (Pires, 2003, p. 26).

Neste âmbito, filmes como *A Praia da Nazaré* (1935) e *As Visitas a Lisboa de 8000 Operários Alemães da Força pela Alegria* (1936) já atestavam o interesse do regime ditatorial português pelo turismo internacional, mas também demonstrava claramente as



limitações inerentes à tentativa de o subordinar a desígnios puramente propagandísticos. As Visitas a Lisboa de 8000 Operários Alemães da Força pela Alegria, em março e abril de 1936, mostra claramente a idêntica subserviência do turismo português à propaganda política da altura. Estes dois momentos críticos vêm sugerir, de forma evidente, o alinhamento político do regime português com o regime alemão; no entanto, assinalam também a importância que o governo de Lisboa parece querer atribuir ao turismo alemão em Portugal, em especial aos cruzeiros que, entre 1935 e 1939, viajaram com destino à Madeira e aos Açores, fazendo escala na capital. Estes dois filmes, foram uns dos primeiros marcos históricos para o turismo cinematográfico em Portugal (Valente, 2010).

Com o passar dos anos, e agora já com um Portugal mais modernista, este apresenta-se como um país que, ao longo dos anos, tem vindo a ser descoberto por alguns realizadores e produtores internacionais, e tem vindo a revelar-se como um país favorável à prática da Sétima Arte. Neste sentido, foram definidas pelo Governo como um dos principais objetivos a valorização e a promoção internacional, e como tal, foi criado, em junho de 2018, o Fundo de Apoio ao Turismo e ao Cinema. Este veio estabelecer um regime de incentivos fiscais à produção cinematográfica e audiovisual em território nacional, e que apoiou quase meia centena de produções, atribuindo apoios de mais de 14 milhões de euros, apenas no seu primeiro ano de atuação (Diário de Notícias, 2020).

Conforme explica Manuel Claro, *film commissioner*, da Portugal *Film Commission*, entidade criada pelo governo para gerir os incentivos e a captação de filmagens internacionais:

Portugal posicionou-se, desde há uns anos, como um país extremamente competitivo no que diz respeito à oferta de mecanismos de financiamento. O grande fator diferenciador do nosso incentivo, quando comparado com outros semelhantes na Europa, é que temos a capacidade de fazer pagamentos adiantados em várias prestações, o que auxilia muitíssimo o *cash flow* das empresas (Dinheiro Vivo, 2022).

Este investimento e mediatismo estrangeiro por via da circulação internacional, infiltra-se em importantes mercados estratégicos e de aposta que são fundamentais para dar a conhecer o país e a atrair potenciais investidores. O objetivo que este fundo definiu, juntamente com as suas instituições associadas é que, através dos filmes rodados em



Portugal, estes possam dar a conhecer no estrangeiro as belezas de diversas regiões, mostrando o seu potencial turístico.

Portugal já foi premiado com o melhor filme de turismo do mundo, quando em 2012 o filme promocional “A Beleza da Simplicidade” foi exibido em diversos países e foi medalhado internacionalmente. Neste filme, as mais belas paisagens de Portugal, associadas a uma sequência de imagens, história, música e todo um elo emocional e cativante, fez com que Portugal fosse efetivamente reconhecido como um destino turístico com um potencial enorme a nível internacional. O curto filme vêm mostrar um país que oferece uma grande distinção de diversidade paisagística e monumental, uma cultura rica, a modernidade do país e as inúmeras possibilidades de experiências que pode proporcionar. No entanto, Portugal não lançou apenas curta-metragens, ao longo dos anos, foi também premiado em algumas longas, e foi criando um reportório considerável.

A indústria cinematográfica criativa em Portugal cresceu muito nos últimos anos e tem estado frequentemente no destaque em festivais e concursos que afirmam o país como destino turístico, através de vídeos promocionais e de marketing. Nos vídeos promocionais do Turismo de Portugal, a exposição dada é algo que se revela muito benéfico pelo menos por duas razões: atrai a atenção de audiências internacionais (o que pode ajudar no incremento ao turismo internacional), ao mesmo tempo, que demonstra que Portugal possui recursos humanos qualificados e empreendedores, a trabalhar na área da indústria criativa, capazes de realizar filmes tecnicamente exigentes com um alto grau de qualidade.

Um grande exemplo de Pólo de atração turístico polifacetado é Lisboa, sendo caracterizada por uma multiplicidade de elementos que contribuem beneficemente para a sua atratividade, o que demonstra que a cidade acaba por apresentar vários elementos que facilitam a sua transformação num cenário atraente para produções audiovisuais, tendo já sido palco de várias obras cinematográficas (Baptista, 2013). Como exemplo, temos as várias telenovelas que ao longo dos anos, a cidade lusa conquistou, desde o nascimento do próprio cinema português, tendo acompanhado os momentos mais significativos da cinematografia nacional.

No início da década de 80, quando Lisboa recebeu as suas primeiras produções cinematográficas internacionais. Destaca-se a afirmação de Dias (1987) “uma vez estava num restaurante e ouvi na mesa ao lado uma conversa entre estrangeiros, dizendo que



tenham vindo a Lisboa para descobrir a cidade branca...” (p.70). Este pequeno comentário, embora aparentemente singular, faz referência à forma como Lisboa era mencionada nos filmes da época.

Segundo um estudo realizado por Mendes (2017), que tinha o objetivo de mensurar os impactos do turismo cinematográfico em Portugal, conclui que os residentes nos locais de gravação associam mais impactos positivos e menos impactos negativos, durante a gravação e exibição das séries de televisão, do que os moradores que vivem mais afastados. No entanto, é de salientar que neste estudo, a grande maioria dos portugueses refere que um dos maiores impactos negativos, é o fato das gravações nos locais terem contribuído em muito para o aumento dos preços dos bens e serviços do local afetado.

2.2.2 Turismo cinematográfico nos Açores

A seguinte indagação: “e se o senhor dos anéis fosse filmado nos Açores?” (Sábado, 2019), já foi considerada, anteriormente, por políticos açorianos, em resposta ao aparecimento de interessados que procuravam investir na região, com o intuito de saber a viabilidade de um projeto cinematográfico nas ilhas. Em 2019, na Assembleia debateu-se que já tinha havido tentativas dessa natureza, mas as dificuldades logísticas sobrepuseram-se. Até agora sabe-se que, além dos festivais de curtas-metragem, nada mais foi feito, nem nenhum apoio foi criado para viabilizar este tipo de projeto, porém é de salientar que a pandemia de COVID-19 também não ajudou nesta fase.

Segundo a base de dados da Direção Regional da Cultura do Governo dos Açores, o primeiro registo de que existe memória das primeiras filmagens feitas nos Açores reporta ao tempo da viagem que o rei D. Carlos fez ao arquipélago, no ano de 1910. Posteriormente, em 1912, é lançado esse documentário da visita régia.

A partir dos anos 20, começaram a realizar-se regularmente documentários sobre os Açores, sendo que as primeiras iniciativas pertenceram a empresas sediadas no continente, por conta própria ou com o apoio de organismos e entidades ligadas à região, que pretendiam promover o arquipélago.

Por volta dos anos 40, surgiram artistas amadores a iniciarem-se na arte da fotografia e cinematografia na região e assim apareceram, os primeiros, ditos, “filmes açorianos”,



como a imprensa os veio a denominar, por serem feitos e produzidos em casas particulares, sem qualquer afiliação a estúdios de calibre.

Segundo a base de dados da Cinemateca Portuguesa (2022) e do seu Museu do Cinema, o primeiro filme açoriano a ser produzido foi realizado pelo terceirense António Luís Lourenço da Costa, conhecido na ilha como “fotógrafo” Lourenço. A fita, denominada Documentário Terceirense, com cerca de mil metros e 42.000 fotografias, foi apresentada em Angra a 9 de fevereiro de 1927.

Em Ponta Delgada, foi fundada, em 1930, a *Toste Film*, por iniciativa de Jacinto Oscar Dias Rego, fotógrafo e amante de cinematografia. Neste ano, estreou-se o primeiro filme exclusivamente micaelense, com 700 metros de fita, composto por um documentário e um cinejornal. Posteriormente, nomeadamente a partir da década de 80, surgiram muitos outros filmes sobre os Açores, de produção regional, nacional e internacional, tendo esta última ganho mais interesse a nível de projeção. Com base nisto, foi feito um levantamento dos filmes gravados na RAA (Anexo A).

As grandes produções audiovisuais regressaram aos Açores, maioritariamente no ano de 2021, com o filme “Lobo e Cão” de Cláudia Varejão e, mais recentemente, em 2022, com a série da Netflix, intitulada “Rabo de Peixe” (atualmente em fase de edição). Sabe-se que os audiovisuais geram uma conceção de ideias e mentalidades nos espectadores (Barros, 2007) e, neste sentido, há uma preocupação quando são abordados temas considerados sensíveis como é o caso desta série. Esta irá abordar todo este capítulo mais problemático da RAA, fazendo referência ao combate às drogas e à criminalidade presentes na vila de Rabo de Peixe. Desta forma, coloca-se a questão: “até que ponto é que esta imagem, passada internacionalmente, possa vir a ser benéfica, ou não, para a região e a imagem turística dos Açores?” Obviamente, será importante analisar futuramente os efeitos advindos desta série, assim como explorar os recursos e os locais que receberam o mediatismo. Apesar da temática delicada a ser abordada, a série irá contemplar várias cenas filmadas em locais emblemáticos da ilha de São Miguel e que já são grandes focos de atração turística, nomeadamente as lagoas das Sete Cidades e do Fogo.

Os festivais de cinema, apresentam-se, cada vez mais, como um dos principais canais de difusão de obras de novos realizadores e/ou produtores, de curtas-metragens e de produções nacionais e estrangeiras, num contexto mais alternativo. Os festivais



proporcionam, portanto, a formação de uma rede de comunidades onde novos realizadores, novas técnicas e novos conceitos podem ser apresentadas ao setor audiovisual. Nos Açores, são produzidos alguns festivais (Anexo B) que ajudam a promover os cenários idílicos e a natureza/cultura dos Açores, e acabam por estimular a produção audiovisual local, além de disponibilizar ao público várias obras de cariz alternativo, fora do circuito comercial.

É importante referenciar a *Azores Film Commission*, fundada em 2008, à semelhança de outras “*film commissions*”, deveria ser o elo e o meio de cooperação com os realizadores e produtores que procuram vir aos Açores realizar projetos cinematográficos, com os *stakeholders* regionais. Contudo, o seu *website* mostra-se desativado e sem endereço eletrónico em operação desde 2017. A última notícia a ser lançada na comunicação social, e atualização está datada do ano de 2014. Apresenta também uma página Facebook, desatualizada, desde outubro de 2021, sendo que os últimos projetos na qual cooperou, foram meramente de *spots* publicitários. Para o presente projeto foi idealizada uma entrevista com o responsável, no entanto, não foi possível obter a indicação de disponibilidade do mesmo. No geral, esta *film commission* demonstra um trabalho insuficiente, deixando muito a desejar no que toca à promoção e ao desenvolvimento da indústria cinematográfica, no destino Açores, em comparação com o trabalho realizado por outras *film commissions*.

2.3 Planeamento participativo

O turismo tem vindo a estabelecer-se, cada vez mais, como forte impulsionador das economias dos países de destino. Neste sentido, é de extrema importância que estas áreas assumam princípios de planeamento pró-ativo e a gestão adequada das práticas, de forma a melhor se enquadrarem neste crescimento e contribuírem para o desenvolvimento sustentável dos seus próprios territórios. Posto isto, é de extrema importância a gestão participativa, como uma condição imprescindível para o alcance dos princípios da sustentabilidade que o destino turístico deseja alcançar.

Como este projeto implica a participação de diversos *stakeholders* da região, há que conhecer e considerar alguns aspetos deste tipo de planeamento, e considerar-se uma forma mais aprofundada de conhecimento do perfil dos *stakeholders*, assente na



comunicação ativa e legitimação para a participação. Inquirir e traçar o perfil adequado dos *stakeholders* e conhecer as suas perspetivas acerca dos vários domínios do processo participativo neste projeto, “poderá reduzir os problemas mais comuns derivantes da sua implementação” (Rosa e Carvalhinho, 2016, p. 15), e, por conseguinte, contribuir para o sucesso do projeto que se pretende implementar.

Os processos participativos têm grande relevo ao nível da conservação e preservação do meio onde são aplicados e, portanto, são vistos como mais valias. Khadka e Nepal (2010) defendem que a conservação tem vindo a sofrer uma alteração profunda na sua filosofia, políticas e aproximações de gestão ao longo dos últimos 40 anos. Anteriormente, era utilizada uma aproximação tradicional (*top-down management*), mas esta tem vindo a ser criticada, por falhar ao incluir elementos sociais críticos nas práticas de gestão e está a ser gradualmente conjugada com estratégias participativas (*bottom-up*).

No mesmo sentido que os autores anteriores, Wray (2011), referindo-se ao setor do turismo, defende que a participação pública se tornou um princípio fundamental da sustentabilidade e responsabilidade social, e sugere que, ao olharmos para as comunidades envolvidas no turismo, é impossível separar os processos sociais, económicos e políticos que operam dentro de uma comunidade.

Destas conceções de participação, pode-se associar uma noção de gestão adaptativa, o que de acordo com Stringer et al. (2006), partindo do princípio em que as regiões mudam constantemente, torna-se necessário a criação de estratégias de desenvolvimento sustentável e para isso “é necessária a participação de *stakeholders* e a constituição de relações entre estes, num processo contínuo de alteração, adaptação e aprendizagem” (p. 47).

Segundo os autores Silva et al. (2017), o planeamento participativo apresenta-se como ferramenta de gestão adaptativa dada a sua dinâmica e acaba por ser um mecanismo que visa aumentar a eficiência e fazer com que todos os envolvidos se sintam satisfeitos e de acordo para suportar a inovação e desenvolvimento de um determinado projeto. Os autores analisam também, que é possível aperceber-nos de que este tipo de planeamento “pode ser visto como um direito, cujo principal objetivo é o início da mobilização para uma ação coletiva e construção de uma instituição” (p. 89).



Quando decidimos utilizar o planeamento participativo temos de ter sempre dois aspetos em conta. Em primeiro lugar, o papel dos responsáveis pela implementação destes processos é determinante e implica que estes já demonstrem alguma experiência e competência no planeamento do turismo. São personalidades que têm que obrigatoriamente aliar tudo isto a uma personalidade dinâmica, capacidade de diálogo e compreensão mútua que serão muito importantes para garantir parte do sucesso. Em segundo lugar, a consciência clara de quem são os *stakeholders* e a legitimidade que têm em participar no processo é algo também imprescindível (Freeman & Heed, 1983).

De acordo com Garrod (2012), um importante papel que os *stakeholders* podem desempenhar em cada estado do ciclo de vida de determinado projeto é na recolha de informação que será necessária de forma a tomar decisões acerca do planeamento e gestão dos processos associados ao turismo.

No caso concreto deste projeto, a informação que é tipicamente necessária e que deve ser recolhida junto das diversas partes interessadas, é precisamente o que será feito no primeiro passo do projeto, com as entrevistas, antes do início das oficinas de planeamento. Pretende-se efetivamente perceber as diversas opiniões e elaborar uma proposta de projeto, a partir da participação dos *stakeholders* regionais, mas também almeja-se conhecer e identificar potenciais parceiros para fomentar este projeto de turismo cinematográfico para a região.



CAPÍTULO III - METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados partiram da coleta e análise da bibliografia científica reunida, que procurou dar respostas às problemáticas que estão na base deste projeto. Na sequência, foi elaborado o guião de entrevista semiestruturada (Anexo C) e definida a estrutura da oficina de planeamento (Anexo D).

Como o presente trabalho de projeto envolve a investigação com sujeitos humanos, foram submetidos à Comissão de Ética os formulários específicos com o detalhamento dos procedimentos metodológicos, o indicativo da forma de assegurar a segurança de dados, assim como, o guião para as entrevistas e o descritivo da oficina de planeamento com os *stakeholders*, sendo o parecer da referida Comissão favorável. É importante referir que os dados das entrevistas e da oficina de planeamento foram mantidos em anonimato, pelo que os nomes dos intervenientes não foram mencionados em nenhuma parte deste trabalho de projeto.

Os *stakeholders* regionais com a atuação em cinema/vídeo na RAA foram identificados, a partir da utilização da plataforma *Discover Azores*, e foram agendadas entrevistas por meio da plataforma *Zoom*. Inicialmente, foram escolhidos 12 intervenientes para serem entrevistados, tendo-se dado preferência a um equilíbrio entre áreas de atuação, assim como a representação do maior número de ilhas. Contudo, a lista e os intervenientes escolhidos foi se alterando devido a contratempos e ausências de resposta ou falta de disponibilidade. Desta forma, conseguimos garantir a representação de somente 4 das 9 ilhas, a saber, São Miguel, Terceira, Faial e Pico.

Após a aplicação de entrevistas, foi feita uma primeira análise da opinião dos entrevistados com a anotação de *insights* para a oficina de planeamento. Das entrevistas surgiram algumas propostas para o projeto, ou seja, a partir das ideias e críticas dos entrevistados, foi possível desenvolver algumas proposições que pudessem dar respostas as problemáticas levantadas.

Logo depois, foi realizada a oficina de planeamento com a participação de alguns dos entrevistados, além de outros intervenientes, totalizando 7 participantes. Nesta fase do projeto, conseguimos garantir a representação de somente 3 das 9 ilhas, nomeadamente, São Miguel, Faial e Pico. A oficina aconteceu também pela plataforma *Zoom* e utilizou a aplicação *Web Whiteboard* da Miro para maior interatividade dos participantes.



Na fase inicial da oficina, houve a apresentação dos presentes, a contextualização sobre o projeto e os objetivos da reunião. Na sequência, os participantes foram convidados a realizar uma análise SWOT, que em inglês, significa “strengths”, “weaknesses”, “opportunities” e “threats”; e em português, significa, respetivamente, “forças”, “fraquezas”, “oportunidades” e “ameaças”. A partir das questões, foram convidados a refletirem: “Quais as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças para desenvolver a indústria cinematográfica nos Açores? E o turismo cinematográfico?”. Depois foram lançadas as seguintes perguntas para debate: (i) “Como atrair produções nacionais e internacionais para serem filmadas nos Açores?”; (ii) “Quais ideias sugeririam para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nos Açores?”; (iii) “E para o desenvolvimento do turismo cinematográfico nos Açores?” Ao final da oficina, foram apresentadas as propostas para o projeto que surgiram a partir das entrevistas, com o intuito de não induzir o debate anterior e, ao mesmo tempo, coletar opinião e sugestões sobre as proposições.

É importante esclarecer que as entrevistas e a oficina de planeamento foram gravadas apenas em áudio, mediante autorização prévia dos participantes. Depois das entrevistas e da oficina de planeamento estarem concluídas, as ideias e propostas reunidas na oficina foram, então, sistematizadas, garantido sempre o anonimato dos intervenientes.

É relevante destacar que nas fases de entrevistas e oficina de planeamento, realizadas entre dezembro de 2021 e julho de 2022, foi utilizado o método do *design thinking* com o intuito de construir um projeto de turismo cinematográfico para os Açores de forma participada. O *design thinking* envolve o processo de gerar ideias com foco na resolução de problemas, sendo aplicado na conceção de soluções, que englobam aspectos estratégicos (Bonini & Sbragia, 2011). Este método pode ser útil para organizações e/ou projetos que desejam manter-se competitivos, a partir da aplicação de soluções inovadoras. Foi precisamente, neste contexto, que foi desenvolvido o presente trabalho de projeto.

Existem vários tipos de definições para um conceito tão complexo e abrangente como o *design thinking*, entre estas, Bukowitz (2013) realça que o *design thinking* consiste numa abordagem de solução de problemas, que utiliza ferramentas de criatividade e conceitos de diversas disciplinas para encontrar uma solução. Cardon e Leonard (2010), por sua vez, asseguram que o *design thinking* alcança soluções inovadoras por meio da



compreensão do contexto em que um projeto de inovação é desenvolvido. Os autores definem o termo como uma ferramenta que visa a compreensão, visualização e descrição de problemas complexos para, através da criatividade, auxiliar no desenvolvimento de soluções para tais problemas.

De acordo com Brown (2009), o *design thinking* é imprescindível para a inovação e para o crescimento de qualquer empresa e este veio para “acabar com as metodologias arcaicas do mercado” (p. 16). Segundo o autor, podemos caracterizar o processo em 5 fases cruciais: (i) criação de empatia (empatizar): a abordagem humana é o ponto fundamental nesta etapa, na qual devemos analisar os objetivos e motivações, desafios a ultrapassar, compreender as necessidades que devemos satisfazer; (ii) definir o problema, (definir): é essencial conhecermos o nosso problema a fundo; (iii) idealizar a solução, (idear): é um processo não-linear de desenvolvimento de soluções – tentativa e erro, que vão convergindo até finalmente se chegar à melhor solução; (iv) montar um protótipo, (prototipar): implica em transformar a ideia em realidade, a partir para a execução da visão; (v) avaliar e testar, (testar): é a fase que permite reformular e aprender rapidamente com os erros e adequar-nos ao meio onde estamos a implementar a prática.

Conforme referido, aplicamos o método do *design thinking* no projeto em questão, considerando a realização de 3 das suas 5 fases, a saber, “empatizar”; “definir” e “idear”. Foi iniciada a fase “prototipar” com a elaboração de algumas das propostas do projeto, entre elas, o website proposto e executado de forma preliminar com a utilização do website *Nicepage*, que possibilita a construção de websites de forma gratuita e intuitiva, que será apresentado no tópico 5.4.1. e a criação de roteiros turísticos que será apresentada no tópico 5.4.5. A fase de testar os protótipos, não foi operacionalizada, uma vez que não era a intenção deste trabalho de projeto.

Faz-se premente esclarecer que, como o foco deste projeto é o turismo cinematográfico na RAA, o ideal seria empatizar com turistas cinematográficos. No entanto, uma vez que, provavelmente, este tipo de turismo nos Açores ainda é realizado de forma incipiente, não foi possível identificar estes turistas. Desta forma, optou-se por empatizar com os *stakeholders* da área cinematográfica/videográfica.

Por fim, na última fase dos procedimentos metodológicos adotados neste trabalho, foi elaborada a proposta de projeto com base na participação dos diversos intervenientes e seus contributos durante as entrevistas e a oficina de planeamento.



CAPÍTULO IV - O PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO

A fim de se elaborar uma proposta de projeto cinematográfico para a RAA que fosse exequível e, além disso, que representasse os desejos dos atores sociais atuantes na área, era essencial conhecer os *stakeholders* e auscultar as suas opiniões/considerações sobre o tema. Neste sentido, foi elaborado o guião de entrevista semiestruturada, assim como estruturada a oficina de planeamento. Neste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos nestas duas intervenções.

4.1 Análise das entrevistas

Na sequência, apresenta-se (i) a amostra das entrevistas realizadas; (ii) as perceções dos entrevistados sobre o turismo cinematográfico; (iii) a mensuração sobre as potencialidades e desafios da RAA, como destino cinematográfico; (iv) a avaliação dos recursos humanos nas produções cinematográficas; (v) os eventuais benefícios do turismo cinematográfico para os destinos e (vi) as sugestões dos *stakeholders* para o desenvolvimento do turismo cinematográfico na RAA.

4.1.1 Amostra

Aquando da escolha dos *stakeholders*, optou-se pela diversidade com o intuito que pudesse estar contemplada neste projeto uma análise das mais variadas visões e opiniões de diferenciadas profissões associadas a produções cinematográficas. Por essa mesma razão foram selecionados intervenientes com as seguintes profissões: Ator, Produtor, Realizador, Escritor/Guionista, Técnico de Som, Técnico de Luz, Encenador e Diretor. Alguns entrevistados possuem experiências profissionais em várias áreas da cinematografia/videografia.

Desta forma, foi elaborada a Tabela 1 para melhor conhecimento da amostra em causa, denominando os entrevistados por E1 a E12. Conforme estabelecido no capítulo 3, conseguimos garantir a representação de somente 4 das 9 ilhas, nomeadamente, São Miguel, Terceira, Faial e Pico. Apesar disso, observa-se uma grande dinâmica nesta amostra analisada, pois acaba por ser diversificada, o que proporciona diferentes visões da área.



Tabela 1 - Entrevistados e áreas de atuação

	Ator / Atriz	Produtor(a)	Realizador(a)	Escritor(a)/ Guionista	Técnico de Som/Luz	Encenador(a)	Diretor(a)
E1	X	X	X			X	
E2	X		X				
E3					X		
E4		X					X
E5	X	X					
E6				X			
E7							X
E8	X					X	
E9	X			X			
E10			X				
E11							X
E12				X			

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados das entrevistas.

A grande maioria dos intervenientes têm experiência como Ator/Atriz, seguidos da atuação como Produtor, Realizador, Escritor/Guionista e Diretor, sendo que a profissão com menos representação nesta amostra é a de Técnico de Luz/Som. Levantou-se pelas entrevistas que, normalmente, para a área técnica os profissionais são “importados”, ou seja, são contratados do continente e/ou do estrangeiro.

4.1.2 Turismo Cinematográfico: Perceções dos *stakeholders*

Inicialmente, tivemos a intenção de levantar as perceções dos *stakeholders* sobre o turismo cinematográfico. Alguns dos *stakeholders* entrevistados estabeleceram que quando se decide criar um filme, o objetivo acaba por ser o de que os espetadores criem empatia com o que estão a ver e, desta forma, se relacionem com o conteúdo exibido. Esta é uma das chaves para o sucesso na indústria cinematográfica, e que acaba por tornar o conteúdo exibido, icónico e duradouro, e pelo qual a atividade turística pode se beneficiar deste êxito.



Um ponto importante que foi salientado, principalmente por alguns produtores entrevistados, é o fato de acreditarem que se deve atrair um público sempre com um objetivo de os “educar” sobre um lugar, pretendendo dar a conhecer a região e toda uma envolvente associada à cultura, gastronomia e costumes tão característicos da zona alvo, relacionando e sentindo as experiências oferecidas pelo destino (E1, E5).

No que toca ao futuro da região e no planeamento que este tipo de turismo pode trazer, parece haver um consenso entre os *stakeholders* de que os benefícios são mais do que os prejuízos. No entanto, um entrevistado salientou, e bem, que deve haver uma preocupação de que “nenhum espaço nas nossas ilhas deve estar sobrelotado (turismo como consequência da divulgação) e o seu acesso deve ser condicionado e controlado de modo a preservar a saúde, segurança e carácter desse espaço” (E3).

É notória uma forte preocupação, de grande parte dos entrevistados, em relação ao excesso de turismo e em como a indústria cinematográfica pode contribuir para isso. Há quem refira que “não gostaria que essa possível indústria viesse a criar este turismo de massas, que agora se está a ver nos Açores” (E4).

Uma das questões que se colocou foi a averiguação do momento concreto em que podemos dizer que se inicia o turismo cinematográfico e neste ponto houve algumas discrepâncias de opiniões. Alguns *stakeholders* afirmaram que o turismo cinematográfico se dá no “momento em que o filme ou o conteúdo é lançado e exibido ao público” (E5), e que toda a mediatização e exposição desse fenómeno já é considerada como turismo induzido pelo decorrente. Houve também quem não conhecesse a expressão turismo cinematográfico (E6), e também quem levantasse algumas preocupações como, por exemplo, considerar o termo “turismo cinematográfico” como uma expressão pouco feliz, devido às conotações que daí podem vir” (E2).

Outros, porém, acreditam que existe um ponto crucial anterior ao lançamento do conteúdo e que é determinante para que exista o chamado turismo, que é na verdade iniciado quando “o realizador do filme e a sua equipa de filmagem estrangeira estão a planear e reservar a viagem para o destino das filmagens” (E9). Esta afirmação acaba por fazer sentido, pois com isto, vêm uma reserva de hotel, restaurante, carro para a viagem e assim por diante. Então, existe já um turismo iniciado pela equipa de rodagem no local.

Outros *stakeholders* referiram também que alguns *leaks*, advindos de alguns rumores de vazamento de conteúdo ou de filmagens ou de determinadas notícias a anunciar que



um filme está a ser filmado numa região, podem também atrair turistas mais curiosos (E12).

4.1.3 Potencialidades e desafios da RAA como destino cinematográfico

Uma das entrevistadas, que possui larga experiência na arte da representação, encenação e produção, referiu algo bastante interessante, no sentido em que no passado:

Existiu alguma identidade audiovisual açoriana que surgiu nos anos 80 com as séries das RTP Açores e que congregaram e dinamizaram expressões artísticas regionais, como a música – onde foram gravados vários álbuns de bandas açorianas, como os grupos “Rosa dos Ventos” e “Construção”, a dança, a dramaturgia e a música erudita. As produções dos seguintes artistas¹: Domingos Monteiro, Emanuel Macedo, José Medeiros e Mário Ferreira Mendes são, ainda hoje, as maiores obras cinematográficas e televisivas dos Açores, pelo que o papel da RTP Açores foi de grande importância na área. Contudo, não só essas produções culturais se destinavam essencialmente ao consumo interno ou regional, como houve a descontinuação da aposta nas mesmas (E1).

A entrevistada toca também num ponto muito importante dizendo que “o povo de cada região deve ser retratado, mesmo em ficção, da forma mais autêntica possível”, e já é notório que a RAA está a receber, cada vez mais, produções do continente português e de países estrangeiros (E1). No entanto, embora estas nunca deixem de ser oportunidades extremamente positivas, a verdade é que a RAA não está a aproveitar devidamente na sua totalidade a notoriedade e a dinamização que isso pode trazer.

Mais de metade dos entrevistados considera que o arquipélago dos Açores sempre teve condições para receber e realizar produções cinematográficas, mas que existe ainda uma grande falta de visão para fazer isso acontecer, referindo ainda que a principal barreira e desafio é conseguir a obtenção de subsídios e apoios para a realização de projetos.

¹ Pioneiros, desde realizadores, escritores e dramaturgos que contribuíram em muito para os primeiros passos das obras de ficção produzidas pela RTP Açores, que transbordavam e enalteciam a cultura açoriana. Em 2015, foi realizada a mostra “RTP Açores, 40 anos, 4 realizadores” em homenagem a eles.



Em relação a existência de uma indústria cinematográfica em si, um dos *stakeholders* afirma que de momento “não existem oportunidades para a categoria mais baixa da Sétima Arte, quanto mais de indústria”, referindo ainda que “raramente se vê um único anúncio de atores, ou técnicos, ou nada relacionado com a área” (E8).

Alguns deles acreditam que já se nota grande interesse pela região e que, cada vez mais, se têm cativado alguns apaixonados pela área, contudo, e apesar de acreditarem na potencialidade do destino, referem que a projeção pretendida, não será atingida apenas graças às produções nacionais, mas sim, também, às internacionais, que acabam por demonstrar muito mais experiência de trabalho.

Os *stakeholders* que não acreditam na potencialidade da RAA para receber este tipo de turismo, constituem cerca de 35% dos entrevistados e fundamentam a sua opinião com a inexistência de uma indústria criativa nas ilhas e de não existir em quantidades suficientes produções que sejam dignas de comercialização. Além disso, demonstram preocupação com o fato de “os profissionais especializados aptos a trabalhar na área da Sétima Arte não conseguem auferir o seu rendimento/sustento, a partir da produção exclusiva de conteúdos artísticos” (E3).

Acrescentam ainda que não acreditam que “o conceito de turismo cinematográfico exista na mentalidade dos governantes, nem que seja uma prioridade, pois nos Açores, não se crê na cultura como um conjunto de atividades que vá muito para além de um *hobbie*” (E3). Há quem demonstre um pouco de revolta, face a algumas decisões políticas, no âmbito do rumo que a cultura deve tomar nos Açores.

Ambos os lados demonstraram ao longo das entrevistas que a ideia de “Açores para açorianos” não pode existir, pois apesar de termos bons projetos e ideias para concretizar, as produções não devem cair no chamado “orgulho açoriano”. Neste sentido, não deve ter o pensamento único e exclusivo de que os Açores são para os açorianos, e deve-se sempre aproveitar coproduções com vista a aprender com quem tem mais experiência, não discriminando nem marginalizando nenhum profissional (E8).

4.1.4 Recursos humanos nas produções cinematográficas

A grande maioria dos entrevistados considera que cinema é algo muito complexo e completo, que inclui muitas vertentes obrigatórias e, como tal, implica a contratação de



vários profissionais como: Escritores, Realizadores, Produtores, Técnicos de Fotografia, Técnicos de som e de Iluminação, Figurinistas, Maquilhadores, entre outros profissionais (E1, E2, E10).

Existe também uma vertente de aspetos legais envolvidos com os recursos humanos, como os cuidados de saúde a garantir (E1). E, portanto, quando questionados se a RAA possui recursos humanos qualificados em número suficiente, os *stakeholders* consideram que é sempre uma questão difícil. Esta pergunta dividiu o grupo de entrevistados, mas no geral, apesar de acharem que a região não está preparada, todos acabam por concordar que existem bons profissionais à espera de uma boa oportunidade. Parece haver um consenso de que existe imenso talento nas ilhas que merece ser potenciado (E1, E4, E12).

Alguns *stakeholders*, que trabalham com aspetos mais técnicos, opinam que no que toca a produções externas, os produtores não sabem onde encontrar recursos humanos técnicos e artísticos na RAA, pelo que trazem equipas e atores de fora, o que, por sua vez, não abre caminho para evoluir profissionalmente aos locais, nem permite promover o “sotaque”, o modo de estar e a imagem cultural dos Açores (E1).

4.1.5 Benefícios do turismo cinematográfico para os destinos

A maioria dos entrevistados chegam a um consenso, no que toca aos benefícios e prejuízos para os locais de filmagem. Alguns referem que é necessário haver sempre um pré-estudo intensivo e muita divulgação, pois os governos têm de antecipar este impulso de expectativa, e com isso pode-se afirmar que, se não for feito corretamente, pode ser uma oportunidade perdida não só a nível turístico, mas também a nível das chamadas “oportunidades locais”. Alguns *stakeholders* afirmam que “nunca se viu um único anúncio de atores, ou técnicos, ou nada relacionado com a área” (E8). Denota-se alguma frustração por parte de alguns entrevistados, nomeadamente atores, quando afirmam que “é tudo na base da boca a boca e assim se perdem oportunidades” (E9).

Existe um senso comum, no que toca ao destino Açores e sua potencialidade, que a receita continuará sempre a existir, mas “será muito menos otimizada do que deveria ter sido” (E5), se não existir um estudo prévio. Alguns entrevistados demonstram alguma revolta, na forma como são geridos os subsídios, referindo que “o Governo Regional apoia a nível logístico e financeiro, mas o subsídio que apresenta é extremamente baixo,

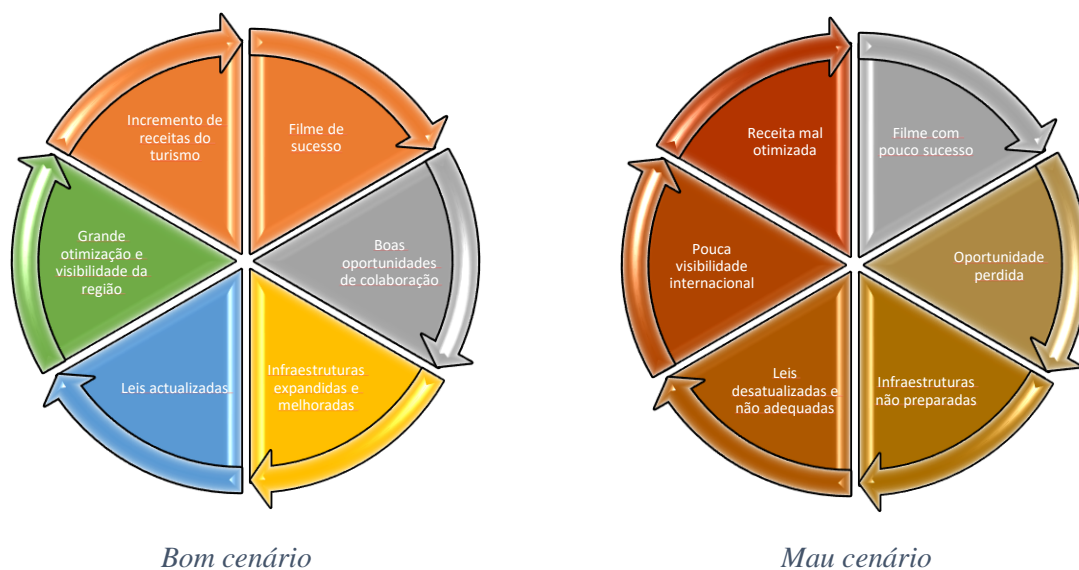


pois o nosso Governo está acostumado a dar subsídios a associações, cujos elementos são amantes da arte, mas são amadores” (E12).

Alguns ainda são mais ousados e afirmam que “equipas profissionais, que não fazem as coisas apenas por amor à arte, mas por dinheiro, não conseguem grandes apoios nem do Governo da República, quanto mais do Regional” (E12). Denota-se uma grande revolta, também neste tópico dos subsídios, pois um dos técnicos afirmou o seguinte: “comecem a dar mais dinheiro à cultura! Mas não convém, não é? Povo inculto é povo submisso!” (E6).

Ao longo das várias entrevistas, foi possível ter alguns *insights*, tomando por base as ideias e discursos dos *stakeholders*. Podemos observar assim, dois cenários possíveis do turismo cinematográfico nos destinos, representadas na Figura 1, uma de sucesso e o porquê desse sucesso, e outra de falha e o porquê de ocorrer essa falha.

Figura 1 - Cenários possíveis do turismo cinematográfico nos destinos



Fonte: Elaboração própria, a partir de *insights* gerados pelos dados das entrevistas.

Imaginemos que o filme é bem-sucedido e a colaboração entre a região e toda a equipa de produção e logística foi positiva. Num bom cenário, vamos assumir que o governo já fez uma atualização às leis, expandiu as infraestruturas e averiguou como corretamente deverá impulsionar a visibilidade e notoriedade que está a receber decorrente da cinematografia e mediatização a que o destino está a ser exposto. Este seria um bom cenário, a ser buscado pelos destinos de turismo cinematográfico como forma de trazer



mais turistas para o local e, conseqüentemente, incrementar as receitas provenientes do turismo.

Num cenário mau, se o filme tiver pouco sucesso, isto pode representar uma oportunidade perdida. Se a região não se está a preparar de maneira adequada, e ainda tem leis desatualizadas e as infraestruturas não foram preparadas, estes fatos podem ter dificultado as filmagens. A pouca visibilidade destes filmes de pouco sucesso, não gerará a mediatização desejada pelos destinos, o que gerará receitas mal otimizadas. Este mau cenário deve ser evitado.

4.1.6 Sugestões dos *stakeholders* para o desenvolvimento do turismo cinematográfico na RAA

A maioria dos *stakeholders*, como já referido, acredita nas potencialidades das ilhas e na importância de se produzir conteúdos audiovisuais nas mesmas. Um excerto de entrevista refere que “como ilha apresentamos todas as condições cénicas, para se fazer cinema” (E7), porém é importante “ter bons projetos e haver vontade de que os nossos filmes não sejam feitos por açorianos para açorianos, mas sim para o mundo inteiro ver e não nos limitarmos tanto, mas tanto, como nos limitamos” (E7).

Mais de 80% dos entrevistados é da opinião de que deve haver um aumento dos benefícios financeiros, subsídios e apoios logísticos e que isto deverá ser complementado com a participação em feiras internacionais de cinema e turismo, de forma a promover o destino Açores.

Alguns são também da opinião de que para se desenvolver este tipo de turismo, “é fulcral apostar na formação na área do audiovisual e das artes performativas na Região” (E4), sendo que um dos entrevistados comenta que “não faltam interessados em aprender e em ensinar” (E12), demonstrando o potencial da região.

Um dos realizadores, rematou que para que haja um desenvolvimento sustentável desta área, é necessário “pôr um governo mais competente a tirar formações e copiar exemplos de outros países” (E5).

Num aspeto geral, muitos *stakeholders* (E1, E4, E7, E10, E12) referem e sugerem a criação e o aumento dos subsídios e apoios financeiros, sempre justificando o grande porquê da necessidade dos mesmos.



4.2 Resultados da oficina de planeamento

Aquando da escolha dos participantes para a oficina, tentou-se novamente optar pela diversidade, de forma que houvesse pelo menos um profissional de cada área representativa da cinematografia. Por essa mesma razão foram selecionados intervenientes com as seguintes profissões: Ator, Produtor, Realizador, Escritor/Guionista, Encenador e Diretor. De salientar que nesta oficina, conforme estabelecido na metodologia (capítulo 3), foi possível estarem representadas 3 ilhas, nomeadamente, São Miguel, Faial e Pico.

Alguns dos intervenientes nesta oficina, deram o seu contributo nas entrevistas anteriores, e alguns são uma adição nova ao projeto. Tentou-se ao máximo, convidar *stakeholders* que concederam as anteriores entrevistas, mas alguns não puderam participar devido a constrangimentos de horário ou por motivo de trabalho ou ausência de resposta. Na Tabela 2, podemos perceber as áreas de atuação dos participantes da oficina de planeamento, denominados como P1 a P7.

Tabela 2 - Participantes da oficina de planeamento e áreas de atuação

	Ator / Atriz	Produtor(a)	Realizador(a)	Escritor(a)/ Guionista	Encenador(a)	Diretor(a)
P1	X	X		X	X	X
P2	X			X		
P3	X		X	X	X	
P4		X				X
P5	X	X				
P6	X	X	X			
P7				X		

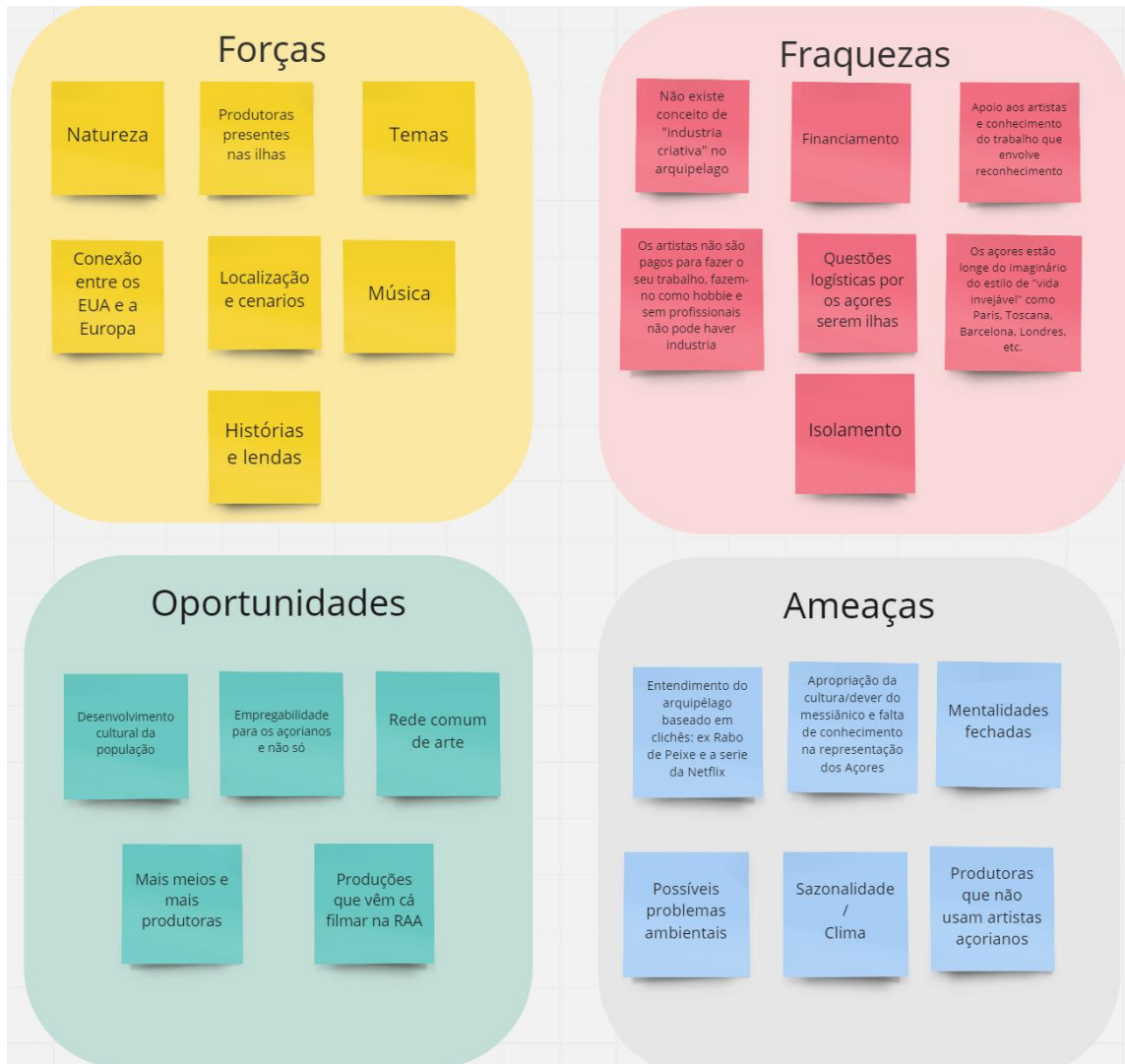
Fonte: Elaboração própria, a partir de dados das oficinas de planeamento.

A oficina foi realizada da seguinte forma: (i) apresentação dos intervenientes e percurso de cada um; (ii) análise SWOT; (iii) realização de debate e (iv) apresentação da proposta de projeto e auscultação dos intervenientes. No início da oficina, após as apresentações dos intervenientes, procedeu-se a uma pequena explicação do passo seguinte da oficina, que consistia na elaboração de uma análise SWOT com o uso do *Web Whiteboard* da Miro. Quadro este, que foi cedido via *link* aos participantes, sendo que estes foram



preenchendo o mesmo, em tempo real. Cada interveniente ficou incumbido de escrever, no *post-it*, suas ideias e, posteriormente, de as colocar nas respetivas categorias associadas, conforme pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2 - Análise SWOT do Turismo Cinematográfico/Indústria Cinematográfica nos Açores



Fonte: Elaboração própria, a partir de dados da oficina de planeamento, com uso do *Web Whiteboard* da Miro



Apresenta-se, a seguir, uma análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, elencadas pelos *stakeholders* participantes da oficina de planeamento:

4.2.1 Forças

A nível de forças, o ponto fulcral está na natureza que os Açores oferecem e é perceptível que “temos paisagens, tons, temos espaços espetaculares, escritores, atores, músicos. Nós temos paisagens que são comparáveis, por exemplo, à Nova Zelândia, a nível cinematográfico, o que é espetacular. Mas a diferença é essa, eles já têm uma preparação de há anos, que nós não temos” (P1)

Uma participante, escritora de profissão e muito conceituada na área cultural, ousou afirmar que “À semelhança dos gregos e dos romanos, também nós, nos Açores, temos lindas histórias para contar, como exemplo as lendas das Sete Cidades, da princesa e do pastor, das Furnas, do fogo, dos ilhéus e das musas, imensas e tudo isto deve ser aproveitado!” (P3)

A conexão entre os EUA e a Europa, foi mencionada, pensada com base nos Açores estarem numa zona de ligação entre dois continentes. Acrescenta-se também o fato de que muitos imigrantes, estão na América do Norte, nos Estados Unidos e Canadá, o que “acaba por ser uma mais-valia no sentido de haver mais meios e mais desenvolvimento promocional e comunicacional” (P5). Uma interveniente concordou com a afirmação anterior, acrescentando que “um produtor de cinema, mudou-se para cá e trouxe o material todo dos Estados Unidos, montou o seu estúdio aqui, porque hoje a internet permite chegar a todo o lado” (P3). Isso é de fato uma mais-valia, pois verifica-se esta facilidade de ligar os dois continentes e trazer as coisas que são necessárias para cá, para que seja possível acontecer este tipo de projetos, constituindo uma força.

4.2.2 Fraquezas

No que toca às fraquezas, um participante salientou, da sua experiência, que “as produtoras chegam com essa gente toda para baixo e para cima, vindos do continente, para fazer um trabalho e as ilhas não estão preparadas para receber esse tipo de trabalho, e têm que se fazer o impossível contra o tempo” (P4).



Debateu-se, também muito, a falta de preparação a nível de materiais e a sua dificuldade em achar os mesmos, sendo particularmente sentido nas ilhas mais pequenas, tendo um participante dado um exemplo concreto, de que “quando chegam as produções e precisam de um casaco ou vestimenta específica para condizer com a cena, corre-se todo o lado e não se acha o pretendido” (P3).

Ainda no que concerne às fraquezas, parece haver um consenso entre os participantes, sendo muito perceptível a ideia de que a RAA, às vezes não têm os meios, nem se encontra preparada para receber certas produções cinematográficas. Tudo isto acaba por se acentuar pelo fato de que “as produções nacionais, nos Açores, são mais vistas como um gasto, que não dão audiência, nem dão dinheiro” (P5).

A questão da logística foi também mencionada, sendo que “os Açores são nove ilhas muito afastadas, tanto do continente, como dos Estados Unidos da América e, inclusive, se encontram muito afastadas entre si, dificultando o processo logístico” (P3). Além do que foi referido, um participante comenta que “barcos estão em segundo plano, os aviões são muito caros e também se calhar produções internacionais dos Estados Unidos preferem gravar mais facilmente num Havai, do que nos Açores” (P7).

Foi referido, também, como principal problema, e grave, o financiamento. Como têm vindo a se verificar nos últimos anos, tanto o governo da RAA, como o da República não apoiam a produção local, ou são muito pouco recetivos para o fazer.

4.2.3 Oportunidades

No que concerne as oportunidades, salienta-se a utilização dos recursos humanos da região, aumentando a sua empregabilidade e incorporação em projetos deste calibre que por sua vez também vêm acabar por sustentar o desenvolvimento cultural da população. Contudo os residentes, infelizmente, nem sempre são tão bem incorporados nestes projetos e as produções acabam por ir buscar atores de fora (P2).

A nível de rede comum de arte e de desenvolvimento cultural, um participante mencionou um estudo sobre a cultura em Portugal, que aferia sobre se o público estava satisfeito ou não com a cultura praticada em Portugal, e verificou-se que as regiões do interior e ilhas tiveram déficit, ou seja, um número negativo. “Esta percentagem negativa de satisfação com cultura, vem nos dizer que nas ilhas as pessoas não sentem que é uma cultura que nós queremos. É tudo muito focado no folclore, as Filarmônicas, etc. Tudo



bem, há espaço para todos, mas há que variar” (P6). Este fato de necessidade de mais variedade pode ser visto como uma oportunidade de desenvolvimento cultural da população, por meio de projetos cinematográficos/videográficos.

4.2.4 Ameaças

Uma grande ameaça é a de que as produtoras, muitas vezes, não contratam atores açorianos, e preferem optar por outras escolhas. Uma participante tentou explicar este fato com a seguinte afirmação: “os artistas e atores que mais tiverem seguidores nas redes sociais, acabam por tornar mais fácil a angariação de publicidade invisível e visível, e o mesmo acontece nas organizações mais conhecidas, infelizmente, com vista a angariar financiamento” (P6).

Salienta-se também que a mentalidade fechada das ilhas acaba por se apresentar como um entrave ameaçador, pois os artistas, ainda não são vistos como profissionais. Explica uma interveniente que “é preciso haver emprego para essas pessoas” e complementa dizendo “tenho de que ser professora, porque não consigo viver de ser atriz, isto nos Açores, principalmente numa ilha pequena” (P6).

Outra participante salienta também que “os Açores devem ser vistos como um sítio onde se pode vir criar e usar o que se têm e as produções não devem vir com essas ideias preconcebidas de que há a necessidade de trazer tudo de fora” (P4).

4.2.5 Debate e apresentação das ideias para o projeto

No decorrer da oficina, foram lançadas 3 questões de forma a promover o debate e discussão de ideias pertinentes para o projeto, sendo elas: (i) “Como atrair produções nacionais e internacionais para serem filmadas nos Açores?”; (ii) “Quais as ideias que sugeririam para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nos Açores?”; (iii) “E para o desenvolvimento do turismo cinematográfico nos Açores?”

Relativamente à primeira questão, no geral, levantaram-se logo algumas barreiras que são impeditivas no que toca à atração de produções para a RAA, tendo uma participante, que já conta com alguma experiência em produções continentais que nas ilhas mais pequenas vieram filmar, referindo que “é uma corrida contra o tempo, devido a falta de materiais” (P5). Deu um exemplo concreto de “chegam aqui, por exemplo, e querem



toalhas pretas para uma cena específica, e dá-se a volta à ilha, neste caso São Jorge, e nada de toalhas pretas, ou seja, às vezes nós não temos os meios, nem estamos preparados para receber isso” (P5). Isto acaba por ser uma barreira que afeta não só produções cinematográficas, como também outro tipo de eventos, como foi o exemplo dado por uma interveniente que referiu que “na semana cultura das Velas, veio cá uma produtora de som, para o evento das bandas, e não havia aquele microfone específico de captação necessário” (P6). Uma outra participante salienta que “temos tudo para acolher e cativar as produtoras a virem cá” (P4), já uma outra acrescenta ao comentário anterior que os Açores não “estão habituados a ter grandes produções, o que é uma pena porque temos paisagens tão bonitas, e cenários lindíssimos, ou seja, temos a base, falta é construir a estrutura (P2).

Tendo-se encontrado todas estas barreiras, foi sugerido que, primeiramente, antes de se atrair grandes produções audiovisuais, se “deveria criar uma residência artística que contivesse todos os materiais e meios necessários à criação” (P3). No geral, no que toca a esta questão os *stakeholders* demonstram alguma insatisfação na forma como este tópico está a ser desenvolvido na RAA e consideram que está a ser mal aproveitado, havendo quem referisse que “infelizmente nunca vamos conseguir seguir o que os outros países fazem, e deixa-me triste saber que temos tantas potencialidades que não são aproveitadas, mas esperando que isto venha a mudar e que no futuro possa haver mais aproveitamento das pessoas que cá temos” (P2).

No que toca à segunda questão, a nível de ideias e sugestões para desenvolvimento desta indústria, há que primeiramente alterar a “mentalidade fechada e os preconceitos relativamente aos Açores, invertendo a ideia de que tudo o que vêm de fora é que é magnânimo e excelente” (P4), sendo que “temos uma RTP Açores que está renegada para segundo plano, que poderia fazer parcerias com os nossos artistas, e aí exibir as minisséries, os filmes, e pôr toda esta indústria a funcionar” (P4). No que concerne ao desenvolvimento da indústria cinematográfica na RAA, um dos *stakeholders* afirma que “temos um problema grave que é o financiamento e o nosso governo, tanto o da República, como o regional, não apoiam a produção local e isto impede o desenvolvimento desta indústria” (P5), acrescentando também que a RTP Açores, está “condicionada, ao que a RTP continental decide, e muitas vezes não querem gastar dinheiro com as ilhas” (P5). Uma das ideias apontadas foi a de que para haver mais



desenvolvimento “teriam de se criar condições para que haja menos entraves no que toca à logística, sendo os barcos muito lentos e os aviões muito caros. Isto acaba por fazer com que grandes produções optem por outros países ou ilhas semelhantes à nossa, mas mais acessíveis” (P6).

Em relação a terceira questão, que era relativa as ideias para desenvolvimento do turismo cinematográfico, alguns *stakeholders* consideram que deveria haver mais “divulgação de pequenos pormenores e detalhes”, o que acaba por “permitir que, a partir disto, se criem rotas e roteiros para os turistas visitarem” (P2, P7). Em relação a experiências anteriores, uma participante referiu que “alguns sítios de São Miguel, já tiveram algum destaque em telenovelas e minisséries, mas depois estes sítios nunca acabaram por estar sinalizados, seja em guias, seja em roteiros, acabando por se perder uma oportunidade de exposição” (P3). Foi também mencionado no debate, a série “Rabo de Peixe”, tendo uma participante alertado que esta “exposição mediática, deve ser promovida de uma forma muito delicada e certa, e não pelo preconceito”, acrescentando ainda que seja “uma oportunidade e uma porta aberta, para o turismo cinematográfico” (P2). Alertou-se também para o fato de que os guiões, por vezes, não são escritos com a facilidade da logística em mente, tendo sido dado o exemplo da telenovela “Ilha dos Amores”, em que “parecia que o ilhéu de Vila Franca era mesmo ao lado da Fábrica do Chá Gorreana (...), mas também era compreensível porque o guião tem de ser escrito de forma que funcione para a filmagem e para a história” (P5). Posto isto, aquando da escrita ou elaboração de um roteiro, existe sempre a possibilidade de se adaptar, para que este funcione da melhor forma, no que tange a logística e acessibilidade para um turista.

No geral, todos os participantes demonstraram-se abertos e bem recetivos ao turismo cinematográfico, desde que este seja feito de forma sustentável, pois “a riqueza do nosso povo não são só as histórias dos nossos escritores (...), são todas as nossas pessoas que cá habitam e que devem ser valorizadas” (P5), sendo que tudo isto “é que vai ajudar, a que as pessoas tenham uma noção e possam ser atraídas com as ‘cartas’ do turismo de forma sustentável” (P3).

Na última fase da oficina, foram apresentadas aos *stakeholders* algumas ideias para a elaboração do projeto, que surgiram a partir das análises das entrevistas, nomeadamente, a criação do website, os programas de qualificação de recursos humanos e a criação dos roteiros turísticos. Nesta fase, não tinha sido ainda mencionados a elaboração de curta-



metragem, nem os programas de atração governamentais, pois foram ideias que surgiram após a oficina de planeamento, decorrentes dos *insights* e análises das mesmas de forma a irem ao encontro das barreiras e necessidades dos *stakeholders* da RAA.

Não houve grandes críticas a nível do projeto, demonstrando que este foi bem recebido e sentiu-se grande apoio por parte dos *stakeholders*. Uma participante enalteceu o fato de ser “um projeto bastante realista, no sentido em que pretende promover os Açores de forma real, em mostrar que há dois cenários, seja de bom tempo, onde tudo é belo e colorido, mas também o de neblina, onde também se pode criar um cenário místico e mítico” (P3).

As parcerias com as Produtoras, com os Atores, assim como com as plataformas criadas, foram também muito bem recebidas, no sentido em que “facilitam o contacto com todos os possíveis investidores, acabando por ajudar na logística” (P4).

Foi sugerido por um participante que é necessária mais divulgação, tendo exemplificado que “temos muito mais do que lagoas, e os turistas não entendem isso, e quando percebem que não conseguem ver a ilha em 3 dias, e que precisam de mais dias, ficam desiludidos, até mesmo com certos eventos culturais que não são divulgados e que não chegam ao turista” (P6).

Uma *stakeholder* referiu que “as histórias e estórias dos Açores, precisam de mais divulgação e este projeto pode fazer a ligação entre os escritores/guionistas e os realizadores/produtores”, contudo alerta para o fato de que poderá “levar um grande não, pela nossa Direção Regional da Cultura, mas é necessário tentar” (P5).

Por fim, foi sugerido por uma participante, que este projeto fosse a candidatura do programa 2027, mas após análise do regulamento, infelizmente, o audiovisual não é contemplado neste apoio.



CAPÍTULO V - PROPOSTA DE PROJETO

Neste capítulo, serão apresentadas algumas propostas que vão ao encontro daquilo que efetivamente se pretende, que é o fomento responsável e sustentável do turismo cinematográfico nos Açores, com o intuito de contribuir para o crescimento deste segmento e que este possa colaborar para o desenvolvimento regional.

5.1 Apresentação

A presente proposta de projeto representa um processo colaborativo, visto ter sido elaborada com a base na opinião de *stakeholders* regionais com atuação nos setores cinematográfico/videográfico da Região Autónoma dos Açores (RAA). As proposições apresentadas foram desenvolvidas, a partir de 12 entrevistas e de uma oficina de planeamento participativo com 7 participantes, realizadas entre dezembro de 2021 e julho de 2022.

O setor audiovisual pode trazer contributos para o fomento do turismo na RAA, devido ao poder de atração de potenciais turistas que tenham visualizado alguma obra cinematográfica/videográfica, gravada nos Açores. Posto isto, facilmente nos apercebemos que é possível criar uma simbiose entre essas áreas conexas: cinema e turismo.

Para que haja um adequado fomento ao turismo cinematográfico e do que advém deste tipo de turismo, é necessária a preparação do terreno, a fim de serem criadas condições logísticas, que permitam o trabalho dos potenciais investidores. O primeiro grande enfoque é criar condições para o desenvolvimento da indústria cinematográfica, que é a base do turismo cinematográfico, e em seguida, o incremento deste segmento turístico.

Algumas das questões que se colocam, do ponto de vista da procura são: “o que um realizador ou produtor procura quando decide vir filmar num destino turístico?” e “o que um turista cinematográfico busca vivenciar, quando visita os Açores, após visualizar alguma obra cinematográfica/videográfica?”. Já pela perspetiva da oferta, indagamos: “estamos preparados para receber filmagens nacionais e internacionais nos Açores?” e “o que podemos oferecer como destino turístico?” Com base nestas questões, pretende-se



avançar com algumas propostas que possam ir ao encontro dos anseios de realizadores/produtores, assim como de turistas cinematográficos.

A presente proposta de projeto está estruturada da seguinte forma: serão apresentados, inicialmente, os objetivos e a justificativa. Na sequência, serão realizadas proposições que estão subdivididas em 5 fases e, logo após, serão apresentados o cronograma de execução e o orçamento previsto.

5.2 Objetivos

O principal intuito desta proposta de projeto é colaborar para o aumento da competitividade da RAA, no que tange o fomento do turismo cinematográfico e incremento da indústria cinematográfica na região. Pretende-se também, envolver os principais *stakeholders* regionais ligados ao audiovisual, na prospeção e desenvolvimento do turismo cinematográfico na RAA, criando uma efetiva articulação entre as diferentes áreas transversais ao turismo.

Tendo como base fundamental a cooperação e auscultação dos *stakeholders* regionais, foi concebido uma proposta de projeto que, não só integra as várias dimensões do conceito de turismo cinematográfico, mas que também o relaciona e articula com as principais variáveis associadas aos conceitos de sustentabilidade do arquipélago.

Desta forma, os objetivos específicos são apresentar uma proposta de projeto que represente as ideias e/ou que tente dar respostas as angústias dos intervenientes locais e elencar propostas que tenham como foco o fortalecimento das áreas cinematográfica/videográfica, assim como o incremento de ações voltadas ao segmento do turismo cinematográfico na RAA.

5.3 Justificativa

Ao analisarmos o trabalho desenvolvido pela *Azores Film Comission* e após reunião com os *stakeholders*, percebemos que a atuação desta instituição é insuficiente, no que toca à divulgação e à promoção de projetos cinematográficos desenvolvidos na RAA. Posto isto, é necessário planejar e executar ações coordenadas, numa altura em que, cada vez mais,



vivemos numa era em que as plataformas de *streaming* estão a ganhar mais terreno e notoriedade e, por conseguinte, dar visibilidade a determinados destinos turísticos.

As inúmeras mudanças culturais que temos vindo a presenciar em Portugal, nos últimos anos, e os cuidados e fundos que têm vindo a ser destinados à cultura cinematográfica, por terem recebidos aumentos significativos nos últimos anos, vêm exigir um novo olhar e método de desenvolvimento e na forma como estes são utilizados e distribuídos.

Com este projeto, pretende-se também que os Açores sigam estas tendências de mercado e aproveitem os benefícios provenientes deste nicho denominado de turismo cinematográfico. Além de se beneficiar pelo aumento do interesse, nos últimos anos, pelas produções audiovisuais portuguesas.

Sabe-se que países como Nova Zelândia, Escócia e Havai, obtiveram um *boom* turístico, decorrente de grandes produções cinematográficas gravadas nestes locais, sendo isto facilmente possível de replicar nos Açores, pois os cenários açorianos são de grande beleza cênica.

Na construção deste projeto, torna-se necessário dar foco tanto nos *stakeholders* regionais, que importantes contributos deram para a elaboração do mesmo, como também aos turistas, a fim de praticar o chamado turismo induzido pelos média, nos Açores.

5.4 Fases do projeto

Apresenta-se, a seguir, as proposições que estão organizadas em 5 fases, nomeadamente, (i) criação do website CineAzor; (ii) realização de curta-metragem; (iii) programa de qualificação de recursos humanos; (iv) programas governamentais de atração e (v) criação de roteiros turísticos.

5.4.1 Fase 1 - Criação do Website CineAzor

Foram realizadas reflexões, com base nas entrevistas, no intuito de fornecer respostas às algumas das várias barreiras e dificuldades que foram mencionadas pelos *stakeholders*. Acreditamos que uma das formas de dar a conhecer os profissionais de cinema/vídeo dos Açores, é dar projeção aos mesmos. Além disso, para que o turismo cinematográfico



possa crescer na região, precisamos de ter mais produções de filmes e séries que sejam filmadas nos Açores. Desta forma, o fomento a indústria cinematográfica é condição *sine qua non* ao incremento do turismo cinematográfico.

Neste sentido, propõe-se a criação de website com uma base de dados (Figura 3) onde estejam contemplados: (i) os *stakeholders* com atuação na área de cinema/vídeo de todas as ilhas açorianas; (ii) os locais dignos de filmagem nos Açores e suas principais características a nível técnico e de logística; (iii) recomendações de alojamentos, companhias aéreas e outras dicas úteis para se iniciar um projeto na região.

Figura 3 - Website CineAzor



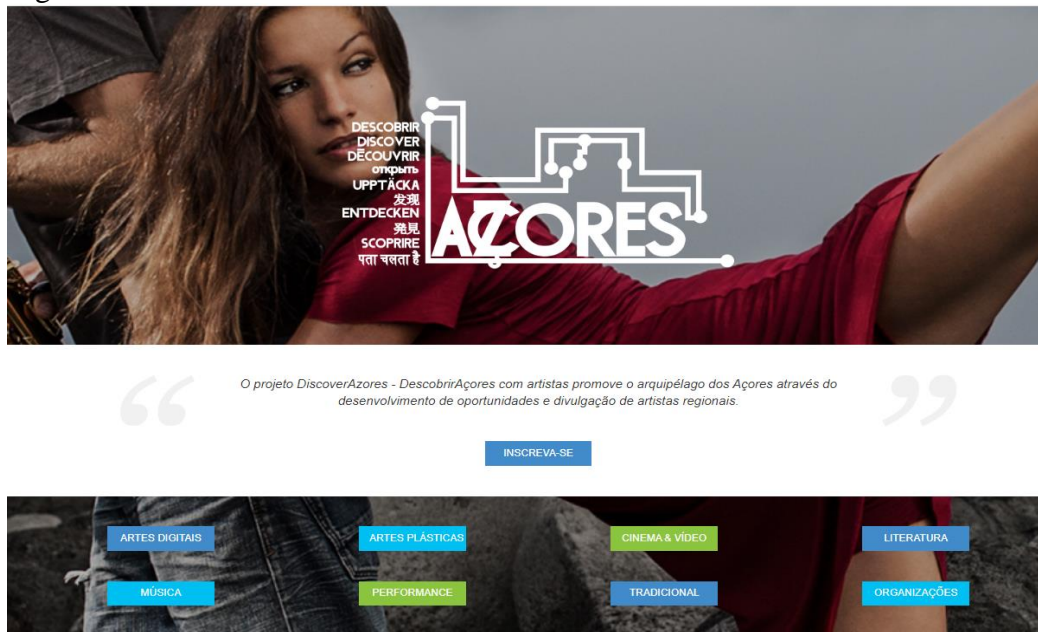
Fonte: Elaboração própria com a utilização do website *Nicepage*

Em primeiro plano, no website, estará o que nos diferencia como região, ou seja, os principais pontos fortes e porque deverá um produtor querer filmar aqui e quais os benefícios que terá se o fizer. Idealizamos colocar as produtoras, os festivais de curtas, os programas de incentivo à criação e cultura, as companhias aéreas e os alojamentos. Os visitantes podem clicar nestes separadores e isto redireciona-os para uma lista, onde poderão carregar diretamente nos sites das companhias, ou ver quais as empresas parceiras disponíveis para apoiar na criação.

A nível de base de dados, já existe nos Açores o website detido pela *Discover Azores* (figura 4). Esta plataforma cede os contactos dos *stakeholders* de diversas áreas, entre estas, visual, música, artesanato, pintura, artes plásticas e demonstra o trabalho que eles têm efetuado ao longo dos anos, publicamente, lançando notícias esporadicamente de vários eventos que decorrem pelo arquipélago.



Figura 4 - Website DiscoverAzores



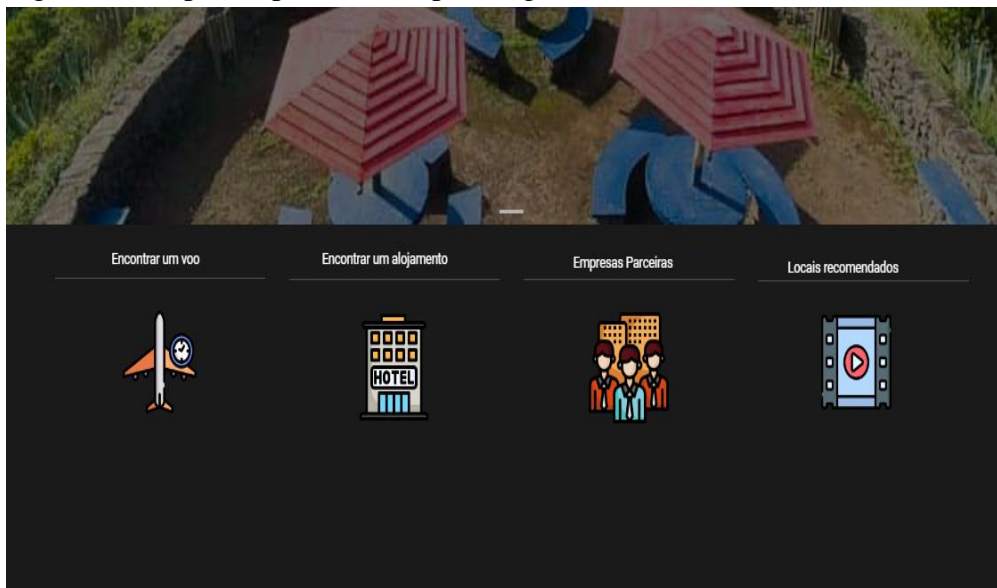
Fonte: DiscoverAzores disponível em <https://www.discoverazores.org/>

O diferencial do *website* proposto agora, no que tange os *stakeholders*, é que será mais focado numa parte mais logística e de preparação para o planeamento das gravações de filmes e séries. No *website*, serão apresentados *links* para redirecionamento de plataformas açorianas onde constem os contactos de personalidades do meio artístico e que podem ser do interesse dos investidores, assim como para o estabelecimento de parcerias entre projetos.

Ao selecionar a ilha pretendida, haverá separadores com a possibilidade de visualizar alojamentos, voos, locais recomendados e empresas parceiras (Figura 5), que proporcionarão desconto nas suas atividades ou serviços, por exemplo, atividades de avistamento de baleias, *canyoning* ou parapente, sendo estas com diversas possibilidades para captação de imagens.



Figura 5 - Empresas parceiras e apoio logístico



Fonte: Elaboração própria com a utilização do website *Nicepage*

Ao selecionar, por exemplo, a ilha de São Miguel (Figura 6), observará as várias recomendações para filmagens, desde vilarejos antigos, para obtenção de imagens mais históricas ou clássicas ideias para um documentário ou filme de cariz colonial, por exemplo.

Figura 6 - Locais de inspiração cinematográfica em cada ilha selecionada

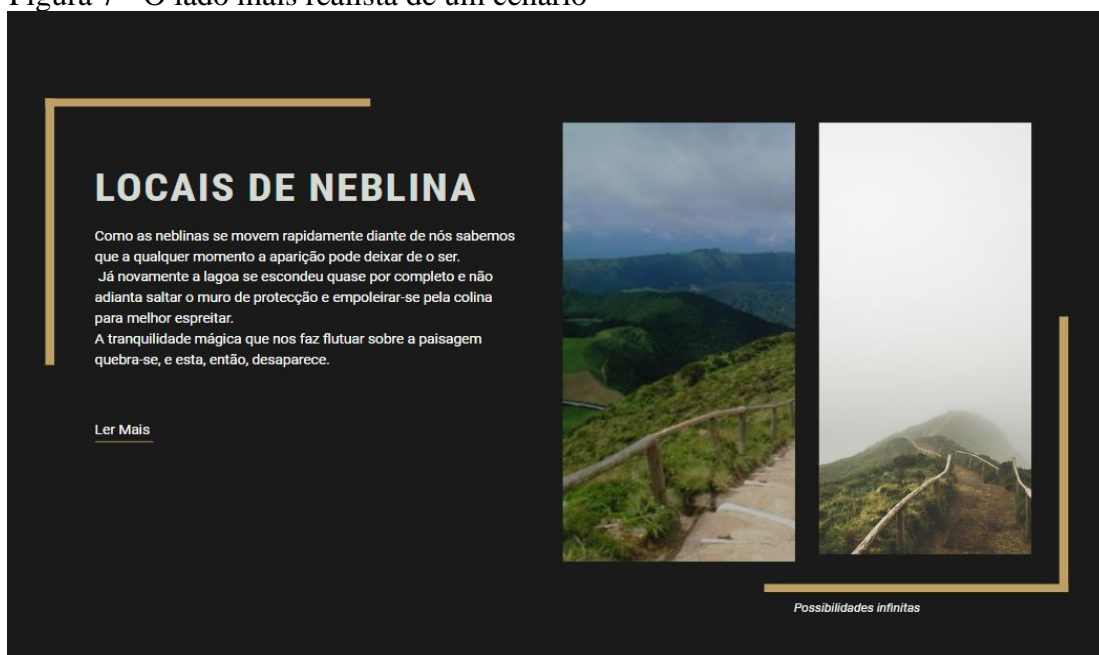


Fonte: Elaboração própria com a utilização do website *Nicepage*



Nos locais recomendados, o visitante poderá passar o cursor e visualizará como a meteorologia muda constantemente e as diversas fases de captação de uma imagem em determinado sítio (Figura 7). Aqui o objetivo não é colocar a melhor fotografia ou a melhor paisagem, mas sim oferecer um olhar mais realista daquilo que é possível captar em determinados momentos do dia e que vá ao encontro da visão criativa dos produtores e realizadores

Figura 7 - O lado mais realista de um cenário



Fonte: Elaboração própria com a utilização do website *Nicepage*

No seguinte separador (Figura 8), o intuito é o de proporcionar o primeiro contacto com os *stakeholders* e estabelecer uma relação de ajuda e proximidade com o possível Realizador e/ou Produtor, interessado em filmar nos Açores. Após este primeiro contacto da parte do interessado, e de já ter acedido ao *website* e base de dados, será sugerida uma reunião *Zoom*, para que possamos colocar o produtor em contacto com as empresas e profissionais açorianos da área que possam vir a dar resposta às necessidades do mesmo. Nesta fase, será também dada a conhecer ao produtor, possíveis apoios financeiros a que se poderá candidatar.



Figura 8 - Incentivo ao contacto com os *stakeholders* regionais



Fonte: Elaboração própria com a utilização do website *Nicepage*

Uma vez que os apoios governamentais cedidos pela RAA, são muito poucos e insuficientes para elaborar e desenvolver um projeto em grande escala, o *crowdfunding*, que se baseia no financiamento coletivo, acaba por ser uma opção muito viável para quem é ambicioso, persistente e tenciona concretizar as suas ideias por outras formas de financiamento.

O mais recente projeto a utilizar esta forma de financiamento, na RAA, foi o projeto *Mátria*, que visa enaltecer a escritora açoriana Natália Correia, com o objetivo de assinalar os cem anos da açoriana, estando a ser gerido pelo coletivo “Cara Lavada”. Para financiamento, o coletivo utilizou a plataforma da comunidade “PPL”, tendo atingido com sucesso a *budget* de 1500 euros solicitados.

Ainda no que concerne a criação do website *CineAzor*, um dos objetivos da construção do mesmo, e após o primeiro contacto com o investidor, será também de orientar os mesmos sobre possíveis financiamentos e de que forma é que os pretendem obter, se desejam candidatura a fundos e apoios públicos do governo, ou se também desejam optar por plataformas de *crowdfunding*.

5.4.2 Fase 2 - Proposta de criação de curta-metragem

No decorrer da elaboração deste trabalho de projeto, analisou-se o regulamento do programa da Direção Regional da Juventude “Põe-te em Cena”, tendo sido decidido efetuar-se uma candidatura ao mesmo (Anexo E).

Foi possível analisar algumas barreiras que um *stakeholders* pode enfrentar na obtenção de fundos. Uma das principais dificuldades sentidas logo de início, estava relacionada com o regulamento, pois a última atualização deste era de maio de 2011, pelo



que surgiram algumas dúvidas em perceber se o *website* estava atualizado ou não. No seguimento dessas dúvidas, foi contactada a Direção Regional da Juventude que efetivamente confirmou que este se encontrava desatualizado, devido à mudança de governo e à falta de aprovação do orçamento de estado, que ainda não se encontrava concluída. Aguardou-se pacientemente durante dois meses, uma resposta ao email enviado de solicitação de novas informações sobre o programa, com vista a fundamentar a candidatura ao referido programa.

Uma outra barreira, encontrava-se no formulário de acesso candidatura, pois era solicitada uma descrição do projeto em apenas 200 caracteres, o que acaba por limitar muito a perceção de uma comissão avaliadora em saber se o projeto é viável, assim como se é benéfico para a RAA. Há que ter, portanto, muito cuidado na escolha e seleção das palavras certas para levar a concurso.

A ideia que foi apresentada a concurso foi a elaboração de uma curta-metragem de promoção do destino Açores, como um destino potencial para o turismo cinematográfico, a ser divulgada em mostras e festivais internacionais de curtas. Foi sempre salientado o fato de que todo este processo seria elaborado com *stakeholders* regionais da área, desde Técnicos de Som, a Produtores, Atores e Cineastas, uma vez que o intuito é promover e demonstrar o trabalho dos profissionais da região. A candidatura levada a concurso seria a concretização do objetivo de atrair investidores da área cinematográfica a virem filmar na RAA e, por conseguinte, fomentar a prática do turismo cinematográfico, que é precisamente o que este projeto pretende.

Na submissão da candidatura ao programa, foi solicitado um orçamento de 3 mil euros, sendo o montante máximo de 5 mil a concurso. Uma vez que a candidatura era limitada a uma descrição de 100 caracteres, foi apresentado o seguinte resumo:

Elaboração de uma curta-metragem de promoção do destino Açores, como um destino potencial para "Turismo cinematográfico" (guião já se encontra escrito por um escritor açoriano) - Mostra em Festivais internacionais de Curtas em que todo este processo será elaborado com *Stakeholders* regionais da área, desde técnicos de som, a produtores, atores, cineastas, etc., uma vez que o intuito é promover e demonstrar o trabalho dos nossos profissionais.

A análise das candidaturas durou cerca de 2 meses, tendo o projeto sido aprovado com um montante de apenas 600 €, em vez dos 3.000 € orçamentados, ficando aquém das



expectativas apresentadas pelo projeto. Devido ao pouco orçamento atribuído, e para corresponder às expectativas propostas por este projeto, será necessário recorrer à criação de um *crowdfunding* e até mesmo à utilização de algum trabalho voluntário, não remunerado, por parte de alguns envolvidos.

5.4.3 Fase 3 - Programa de qualificação de recursos humanos

Uma das entrevistadas, lamenta não haver mais qualificação e promoção na área cultural, e estabelece “é preciso haver mais gente jovem (formada) e a residir, sobretudo nas ilhas mais pequenas, para que possa haver mais mão de obra disponível, e também mais investimento em ideias inovadoras e arejadas” (E3).

Ao efetuar uma pesquisa, por cursos de ensino na RAA, verifica-se que não existem cursos de formação redirecionados para as áreas do teatro ou cinema, nem em escolas de ensino regular, nem em escolas de ensino profissional. Existem, contudo, algumas escolas privadas que, ocasionalmente, organizam alguns *workshops* de expressão dramática, ou corporal, como é o caso da Estúdio 13, em Ponta Delgada. Esta escola, especializa-se mais em eventos na área da dança e música, ocasionalmente ligados com a expressão teatral, contudo, não forma atores. O Estúdio 13, é por vezes utilizado como “*black box*”, ou seja, como espaço de ideias e discussão para *castings* de curtas-metragens ou projetos cinematográficos a serem filmados na região, como foi o caso da série “Islanders” e do filme “Lobo Cão”.

Caso a região apostasse no desenvolvimento do turismo cinematográfico, seria muito benéfico haver pelo menos uma base de formação para atores, e todas as outras profissões que estivessem diretamente ligadas à logística requerida para a elaboração e desenvolvimento de um projeto cinematográfico em grande escala, como é o caso dos técnicos de som, imagem e operadores de câmara.

Seria interessante, também desenvolver um protocolo com a Universidade dos Açores, a semelhança dos protocolos que são desenvolvidos com o instituto de cinema no politécnico, em Lisboa, em que são criadas residências artísticas para a formação de atores e criação de projetos cinematográficos a submeter a concursos internacionais.

Na Ilha de São Miguel, a Academia das Expressões era, também, um espaço de ensino dedicado à dança, teatro, música, etc., e que produziu também algumas curta-metragens. Era visto como um espaço cultural que produzia imensos eventos teatrais na cidade. Foi



com grande choque que a comunidade recebeu a notícia de que esta iria encerrar definitivamente, e pouco tempo depois, o imóvel centenário, da qual serviu de cenário de inspiração para muitos alunos, foi colocado à venda. Isto acaba por ser mais um golpe na parte cultural e menos um estabelecimento de ensino de formação de atores e profissionais da área, que poderiam dar respostas aos pedidos de investimento da área cinematográfica a desenvolver nas ilhas.

Uma vez que os Açores é o primeiro arquipélago certificado como sustentável, conforme referido anteriormente, e já que está, cada vez mais, a atrair produção audiovisual, recomenda-se a criação de um curso de “Gestão Sustentável de Produção Audiovisual”. Este curso permitiria aos profissionais participantes a aquisição de competências necessárias à otimização de recursos e aconselhamento das produtoras, em todas as fases da produção.

Numa primeira fase deste projeto de turismo cinematográfico, pretende-se estudar a adesão a uma pós-graduação nos Açores, que seria um excelente complemento para alunos já licenciados em Cinema, no continente e/ou no exterior, além de atrair com isso recursos humanos já com uma formação superior que podem se interessar em realizar produções cinematográficas nos Açores. Esta formação em modelo “pós-graduação” teria a duração de 1 ano e teria como principal parceiro a Universidade dos Açores. Neste curso, seriam abordadas disciplinas como: “Sustentabilidade: Fundamentos teóricos e legais”; “Produção Verde e a Indústria Cinematográfica”; “Sistemas de Gestão Ambiental”; “Processos Cinematográficos: Materiais, Transporte e Resíduos”; “Planeamento de Projetos com o conceito *Green Shooting* ²”; “História dos Açores e Sustentabilidade Cultural”.

Como projeto de final desta pós-graduação, os grupos de alunos, em cooperação com a Direção Regional da Cultura, por meio de protocolo estabelecido com a Universidade, teriam de submeter a concurso uma curta-metragem relacionado com o tema Açores e que fosse de conteúdo promocional e divulgativo para o destino.

Numa fase mais avançada do projeto, poder-se-ia iniciar uma formação base para atores, em parceria com os vários *stakeholders* e Câmaras Municipais. Estes *workshops* podem apresentar-se também como uma alternativa às atividades dos tempos livres,

² Conceito associado a uma produção cinematográfica *eco-friendly* e sustentável onde são utilizados princípios de eficiência de recursos e de economia circular de forma a reduzir a pegada ecológica.



estabelecendo-se parcerias com escolas. As disciplinas recomendadas a abordar seriam principalmente a “Voz e Dicção”, “Interpretação e Movimento”, “Canto”, “Improvisação”, “Práticas Cénicas” e “Dramaturgia”.

Além da formação base para atores, seriam realizados *workshops* destinados a quem quisesse vir a desempenhar tarefas de carácter técnico, no domínio do som e da imagem, ligadas à produção de conteúdos audiovisuais. As temáticas principais a desenvolver nesta formação passariam por abordagens nos seguintes conceitos: “Sinal de Vídeo e Áudio: Analógico e Digital”; “Captação, Tratamento e Edição de Imagem”; “Fotografia e Luz”; “Captação de Som”; “Operação de Câmara de Vídeo em Interiores e Exteriores”. Os formandos ficariam a conhecer sobre o funcionamento da indústria audiovisual e adquiriam as competências necessárias para analisar e gerir os diferentes géneros e conteúdos. Seria uma boa oportunidade, estabelecer uma parceira com a RTP Açores, para o estágio destes formandos e integrá-los no sector.

5.4.4 Fase 4 - Programas governamentais de atração

Um programa que deveria ser estudado e desenvolvido pelo poder público seria o de conceder fatias mais elevadas de subsídios e apoios, a potenciais investidores que quisessem elaborar e desenvolver um projeto na RAA, em meses de época baixa. Isto viria permitir, também, diminuir um pouco a sazonalidade turística e garantir a subsistência a alguns empreendimentos relacionados com a área do turismo, que por sua vez poderiam estar interessados em acolher estas equipas. Esta estratégia acabaria por apaziguar, um pouco, os efeitos sentidos pela sazonalidade, que continuam a ser muito debatidos e continuam a ser muito difíceis de inverter.

No decorrer do corrente ano de 2022, devido à candidatura da capital europeia da cultura, na qual Ponta Delgada é candidata, muitos apoios foram dados à parte da cultura, contudo, ao analisar-se o regulamento de acesso aos fundos, verifica-se que a grande maioria é mais concedida à dança, escultura e pintura. No entanto, o audiovisual, acaba por ser um pouco discriminado, neste processo, o que acaba por ser uma oportunidade perdida e uma barreira ao desenvolvimento do turismo cinematográfico.

Cada vez mais, se recorre à criação de residências artísticas como forma de incentivo à criação e ao desenvolvimento artístico de projetos, que venham fortalecer interligações entre locais e artistas residentes e/ou internacionais, selecionados a participar, numa



determinada região. Estas residências artísticas, têm-se afirmado como um lugar onde os artistas podem compartilhar, reavaliar e experimentar, tudo num curto espaço de tempo, inserido em novos ambientes e contextos sociais, acabando por fomentar a inspiração do autor.

Nos Açores, isto também acontece e cada vez mais se tem vindo a desenvolver, sendo o espaço “Arquipélago – Centro de Artes Contemporâneas” um forte ponto de referência a nível deste tipo de criação artística. Este têm ao longo dos anos, vindo a desenvolver programas que se definem como transversais a todas as áreas de atuação artística, sejam elas artes visuais, arquitetura, artes performativas, cinema, *design*, multimédia, música, literatura e moda, no sentido de fortalecer a criação regional, nacional e internacional. Este tipo de abordagem selecionada de artistas, facilita o processo criativo e vêm estabelecer vários meios de contactos com residências artísticas nacionais e internacionais, que por sua vez, acabam por criar uma rede de residências artísticas, o que para os Açores, é bastante benéfico, acabando por ser mais um meio de divulgação do destino. Os projetos que são desenvolvidos no Arquipélago têm sempre como estratégia a utilização e promoção dos recursos locais e todos os ativos da RAA, sempre envolvendo a comunidade. Há que referir, também, que existe uma residência artística, dentro da própria residência do Arquipélago – Centro de Artes Contemporâneas, dedicada exclusivamente, à videoarte, denominada “Fuso Insular”.

Outra residência, localizada na Ilha de São Miguel, é o “Pico do Refúgio”, que teve início em 2015, e se apresenta como um projeto diferenciador, por estar localizado numa quinta com cerca de 400 anos, perto da vila de Rabo de Peixe. Esta, têm se distinguido como uma plataforma criativa para dezenas de artistas das mais distintas áreas e em comparação com o “Arquipélago”, este projeto capta mais nacionalidades. Segundo o proprietário e fundador da residência, Luis Bernardo Brito e Abreu, no seu site oficial é possível ler-se que o projeto “tem alcançado também o objetivo de promover os Açores pelo mundo, como um local onde a natureza, a sustentabilidade e o património cultural convivem com uma dinâmica artística emergente e próspera”.

Ao analisar, os regulamentos de ambas as residências, e em contacto telefónico efetuado com as mesmas, foi questionada a possibilidade de disponibilização de material audiovisual para elaboração de curtas-metragens aos artistas residentes, e a resposta obtida



foi a de que não há material suficiente para realização de grandes projetos, pois o orçamento e fundos disponibilizados pelas residências é muito reduzido.

Uma vez que as residências têm desenvolvido o seu trabalho, no âmbito do contexto artístico e social, junto da comunidade local, estas deveriam ser mais financiadas e desenvolvidas mais frequentemente. Sugere-se criar uma rede de residências artísticas, geridas pelo Governo e não geridas a título privado, para que não haja conflitos de interesses, e, juntamente com a Direção Regional do Turismo, sejam selecionados parceiros artísticos, de âmbito nacional e internacional, que beneficiem a exposição mediática do destino Açores. Torna-se também fulcral, maior investimento em artes cinematográficas e não concentrar tanto a exposição e o mediatismo somente num tipo de arte (nomeadamente nas esculturas e pinturas), que é o que atualmente acontece, maioritariamente, nas residências artísticas açorianas.

5.4.5 Fase 5 - Criação de roteiros turísticos

Na criação destes roteiros, o objetivo principal, não será enaltecer os locais que já são tão conhecidos e que são tão divulgados ao público (ex: Lagoa das Sete Cidades, Lagoa do Fogo, Lagoa das Furnas), mas sim os locais mais escondidos das ilhas e que carecem de visitas, devido à sua beleza natural. Esta estratégia pode também diluir um pouco a concentração de turistas pela ilha, acabando por não saturar tanto um determinado espaço, que é um grande problema, principalmente, em épocas médias e altas.

Aliados à criação destes roteiros turísticos, deverão ser colocados nos locais de filmagem, placas indicativas e interpretativas, nos locais que se revelaram como mais emblemáticos e que criaram mais empatia com o espectador, de forma que o turista tenha conhecimento do que ali se rodou e qual a história associada àquele local. Uma boa forma de potenciar este método, é adotar o que muitas cidades europeias já utilizam, que é o *QR code*, assim como a realidade aumentada (AR). Atualmente, é sabido que o digital e os *smartphones* são essenciais e ferramentas muito úteis, no que toca ao desenvolvimento e impulsionamento do turismo.

A AR tem se demonstrado, cada vez mais, como uma ferramenta importante com capacidade de aumentar a vantagem competitiva perante outros destinos que não a utilizam. Um dos fatores é o seu potencial de marketing, sendo de comum acordo que “a



AR aumenta os esforços e reduz os custos de marketing, além de fornecer informações mais ricas, precisas e envolventes” (Cranmer et al., 2020, p. 4).

Se esta ferramenta for implementada em alguns locais dos Açores, esta pode vir a oferecer mais valor aos turistas, proporcionando-lhes um complemento à sua experiência. Desta forma, o que é proposto neste projeto, é a criação de uma aplicação, *App*, com vários roteiros bem definidos por ilha e por região, onde ao seguir o trajeto, o utilizador pode, de forma interativa, ter acesso a história sobre aquele local, com o uso da realidade aumentada (Figura 9). Para isso basta apontar a câmara para determinado local, através do *scan* via telemóvel, com a ajuda de painéis informativos a ser implantados.

Figura 9 - Roteiro Cinematográfico



Fonte: Elaboração própria com uso do *Photoshop*

As animações de realidade virtual, se forem realizadas por artistas conceituados e reconhecidos do mundo da cinematografia, irão acrescentar valor e, por sua vez, atrairão



um público específico de seguidores, que visitarão os locais, propositadamente, para ver uma animação exclusiva. Este método é semelhante ao que o festival *Walk and Talk*, também financiado pelo Governo dos Açores, utiliza, pois também traz escultores e artistas de renome para virem realizar uma peça na região, que por sua vez atrairá um nicho de mercado (como por exemplo: o grafiteiro e pintor português Vhils).

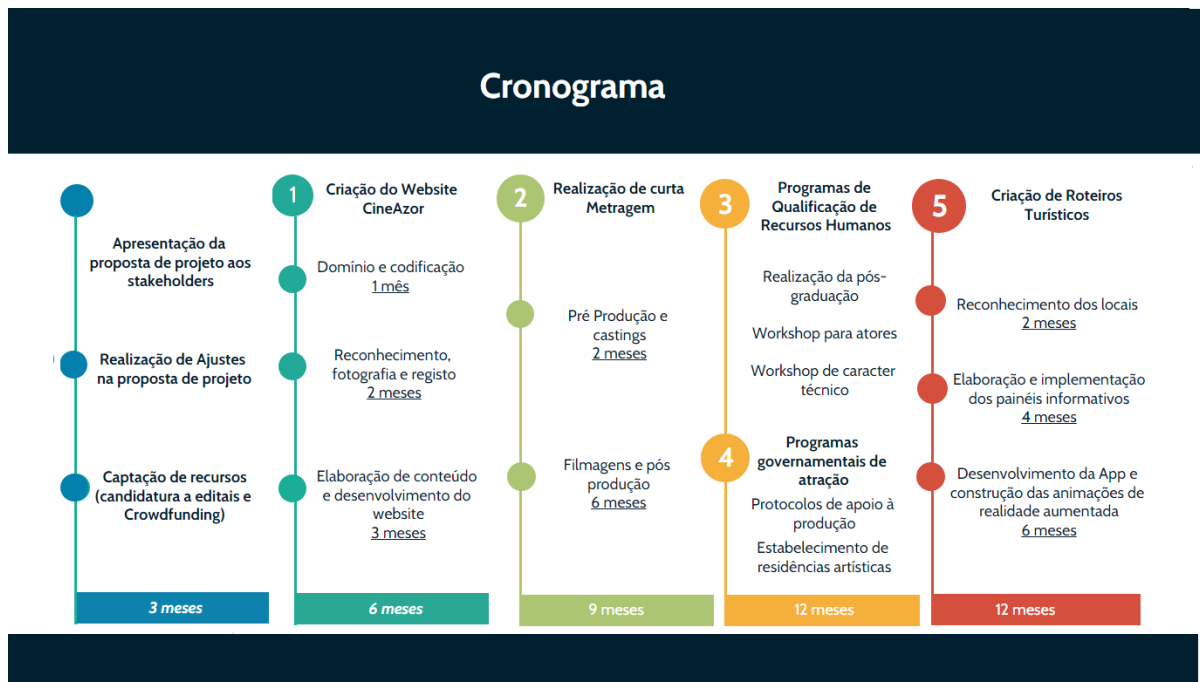
Nestes roteiros, estarão presentes também os locais de interesse cinematográfico, onde outrora foram gravadas cenas de filmes ou séries reconhecidas, sendo que com a *App* será possível aceder a informações sobre os locais e até visualizar pequenos trechos das obras audiovisuais. Contemplará informações sobre o tema do filme/série, o conteúdo abordado, a importância que teve na visibilidade daquele local, o ano em que foi gravado e lançado.

5.5 Cronograma

Para a proposta de projeto, idealizou-se o seguinte cronograma (Figura 10), tendo em consideração os passos e procedimentos essenciais a sua realização. De notar que foram acrescentadas algumas etapas antecedentes às 5 fases do projeto, pois o mesmo não estaria concluído, se não fosse apresentado aos *stakeholders* que foram fulcrais para a realização desta proposta. Ressalta-se que estes passos preliminares são essenciais para se poderem realizar alguns ajustes na referida proposta, a partir de novas sugestões dos *stakeholders*, assim como optar pelo melhor método de captação de recursos, seja estes via candidatura a editais e/ou *crowdfunding*. Posto isto, é importante esclarecer que as fases do projeto podem ser realizadas em ordem não cronológica, uma vez que pode surgir alguma candidatura que seja vislumbrada como uma possibilidade de captação de verbas para a execução de alguma fase específica.



Figura 10 - Cronograma do projeto



Fonte: Elaboração própria com uso do *website Venngage*.

5.6 Orçamento previsto

No intuito de operacionalizar a presente proposta, elaborada com base na auscultação dos *stakeholders*, foi elaborada a seguinte previsão de orçamento para concretização das fases deste projeto (Tabela 3):



Tabela 3 - Orçamento previsto

Fases	Valor (Unidade)	Totais Parciais
Fase 1 - Criação de Website		
Codificação	100 €	650 €
Adquirir o domínio	50 €	
Fotografia	300 €	
Conteúdo	200 €	
Fase 2 - Curta-Metragem³		
Guionista	200 €	4.300 €
Atores	900 €	
Diretor	800 €	
Produtor	600 €	
Técnicos	500 €	
Transportes	300 €	
Pós-produção	1.000 €	
Fase 3 - Programa de qualificação de recursos humanos		
Bolsa de formadores (Pós-graduação e <i>Workshops</i>)	42.000 €	67.000 €
Bolsa de Produção	20.000 €	
Materiais para as produções	5.000 €	
Fase 4 - Programas governamentais de atração		
Apoio à produção	20.000 €	64.000 €
Complemento (época baixa)	4.000 €	
Residências artísticas	40.000 €	
Fase 5 - Criação de Roteiros turísticos		
Designer da app	1.500 €	32.100 €
Realidade Aumentada	15.000€	
Fotógrafo	200 €	
Painéis Informativos	5.000 €	
Historiador	1.400 €	
Animador	9.000 €	
Total		168.050 €

Fonte: Elaboração própria

O orçamento previsto totaliza cerca de 168 mil euros, que estão subdivididos pelas cinco fases do projeto. Espera-se conseguir executar a presente proposta, a partir de parcerias com o Governo Regional dos Açores, empresas privadas, associações e a Universidade dos Açores. Após ajustes finais no projeto, serão buscados editais de financiamento e também se recorrerá ao *crowdfunding* para realização do mesmo.

³ Apesar do orçamento apresentado, inicialmente ao Põe-te em Cena, para a realização da curta-metragem, em 3.000 €, foi realizada nova reflexão sobre as reais necessidades de produção e pós-produção estimando-se, para tal, 4.300 €.



CAPÍTULO VI - CONCLUSÃO

O presente trabalho de projeto tem grande potencial para contribuir com o desenvolvimento do turismo cinematográfico e com o incremento da área cinematográfica/videográfica na RAA. Ao atuar de forma interdisciplinar, nestes dois campos do saber: turismo e cinema, este projeto almejou trazer aportes que pudessem impactar de forma positiva o desenvolvimento do destino Açores.

Neste âmbito, um dos intuitos deste projeto foi que este possibilite a cooperação para o desenvolvimento sustentável e responsável, e não apenas para o crescimento económico da região, colaborando com o que o arquipélago se comprometeu, quando recebeu o prémio de sustentabilidade do *EarthCheck*.

Verifica-se que este projeto está dirigido a um nicho de mercado específico, e visto que a área do cinema tem grande capacidade de promoção e meios muito próprios de divulgação, existe a capacidade de se garantir uma promoção direcionada ao público-alvo e, conseqüentemente, há a oportunidade de contribuir para o aumento da procura turística pela região. Posto isto, é fortemente recomendado reforçar a participação da RAA, em feiras internacionais de cinema e turismo, e não somente de turismo, a fim de se promover também o destino Açores junto de produtoras cinematográficas.

Para os Açores, recomenda-se que as “estratégias de governança para a região devem promover um envolvimento efetivo das comunidades no desenvolvimento do turismo, de acordo com os critérios de desenvolvimento do turismo sustentável” (SREA, 2019). Esta recomendação vai ao encontro daquilo que este projeto se propõe a desenvolver, pois valoriza e prioriza os recursos humanos locais, tornando-os essenciais para a realização desta visão. Ainda neste sentido, é importante enfatizar que o presente trabalho de projeto envolveu em sua elaboração *stakeholders* regionais, utilizando, para tal, os fundamentos do planeamento participativo e como método, aplicou o *design thinking*.

Observou-se que uma das maiores preocupações levantadas e resultantes das entrevistas e da oficina de planeamento foi o fato de os *stakeholders* sentirem que o governo não os valoriza, não os ouve, nem os apoia. Isso fez-se sentir, através do sentimento comum da falta de subsídios e ausência de reconhecimento e valorização das carreiras artísticas, externalizadas nas falas dos intervenientes participantes.



Durante a realização deste trabalho ocorreram algumas limitações, nomeadamente, a indisponibilidade de alguns *stakeholders* e/ou a incompatibilidade de horários. Desta forma, apenas foi possível ter a representação de 4 ilhas nas entrevistas e de 3 na oficina. Além disso, contamos apenas com 7 intervenientes na oficina de planeamento. No entanto, ressalta-se que esta foi uma primeira iniciativa e que outras oficinas de planeamento podem ser realizadas, no intuito de aprimorar a proposta de projeto aqui apresentada.

Apesar das limitações, o presente trabalho alcançou os propósitos delineados, a partir do momento que cumpriu o seu principal objetivo que era apresentar uma proposta de projeto, concebido de forma participada com *stakeholders* regionais do setor cinematográfico/vídeo, para o fomento do turismo cinematográfico nos Açores, com o intuito de potencializar os benefícios deste segmento na região.

Além disso, conseguiu cumprir os objetivos específicos, uma vez que envolveu os *stakeholders* regionais dos setores cinematográfico e videográfico dos Açores, no processo de planeamento participativo do projeto, a partir da realização das entrevistas e da oficina. Somado a isso, identificou possíveis benefícios e eventuais problemáticas associadas à implantação do turismo cinematográfico nos Açores, sendo que estes, assim como os resultados advindos das entrevistas e oficina foram apresentados no capítulo 4, intitulado “o processo de elaboração do projeto”, e em específico nos subcapítulos “análise das entrevistas” e resultados da oficina de planeamento”. E atingiu ainda o objetivo específico de formatar o projeto, a partir das sugestões coletadas durante as oficinas de planeamento e entrevistas, assim como ideias provenientes destas, conforme estabelecido no capítulo 5, denominado com “proposta de projeto”, e seus subcapítulos: “apresentação”, “objetivos”, “fases do projeto”, “cronograma” e “orçamento previsto”.

Uma mais-valia desta proposta de projeto é que foram apresentadas proposições concretas que tiveram a intenção de responder aos anseios dos *stakeholders*, além de propor ações originadas por *insights*, a partir da escuta ativa de suas falas, recomendações, angústias e/ou inquietações. Estas proposições, traduziram-se em 5 fases, nomeadamente, criação do *website CineAzor*; proposta de criação de curta-metragem; programa de qualificação de recursos humanos; programas governamentais de atração; e criação de roteiros turísticos.



A partir das entrevistas, e de *insights* que surgiram, foi possível elaborar uma reflexão sobre um “bom cenário” ou um “mau cenário” para o desenvolvimento do turismo cinematográfico nos destinos, apresentado de forma visual na figura 1, no capítulo 4. Este também é uma mais-valia deste trabalho, que apresenta também contributos conceituais sobre a temática.

Durante a oficina de planeamento, foi elaborada a análise SWOT, em conjunto com os *stakeholders*, que veio permitir fazer uma análise do cenário, identificando as potencialidades, assim como dificuldades a serem superadas pela RAA, no que tange ao fomento do turismo cinematográfico e das áreas de cinema e vídeo.

Este projeto faz face a uma problemática de excesso de capacidade de carga turística, dando a conhecer novos pontos de interesse menos conhecidos, que possam também providenciar uma experiência complementar, e alternativa através dos recursos às novas tecnologias, associadas à animação e ao cinema. Pode-se, portanto, constituir-se um meio de diluição da carga turística dos principais focos turísticos das ilhas.

Na presente proposta, incorpora-se também a realidade aumentada, que é uma tendência, cada vez mais, buscada pelos turistas. Os roteiros de turismo cinematográfico trarão uma nova forma de ver as paisagens açorianas, de contar histórias, mitos e lendas, recorrendo a animações com realidade aumentada. Esta tecnologia é um meio de recriar cenas que levam as pessoas a “viajar ao passado”. Além de ser uma forte aliada que possibilitará a animação de determinados locais, proporcionando ao turista uma experiência interativa fora do usual.

Conclui-se que este projeto se apresenta como único e diferenciador, a partir do momento que (i) tem capacidade de contribuir para a diversificação da oferta turística dos Açores; (ii) representa um primeiro passo em processos de planeamento participativo, focado no incremento do turismo e do cinema na região; (iii) traz pressupostos para o fortalecimento das áreas cinematográfica e videográfica dos Açores, sendo que estas são a base do turismo cinematográfico e (iv) estabelece proposições que permitem o desenvolvimento sustentável de um potencial turístico, o turismo cinematográfico, que até hoje não foi explorado na RAA.



REFERÊNCIAS

- Astorino, C. M. (2019). Cinema e Turismo: filmes como subsídios para a discussão da atividade turística. *Revista Turismo em Análise*, 30(3), 539-561. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v30i3p539-561>
- Baptista, M. (1990). *O Turismo na Economia: uma abordagem técnica, economia, social e cultural*. Instituto Nacional de Formação Turística.
- Baptista, R. (2013). Lisboa acolhe produção cinematográfica. *Lisboa Revista Municipal*, 4, pp. 6-7. https://issuu.com/camara_municipal_lisboa/docs/revista_lisboa_4
- Beeton, S. (2015). Tourism and the Moving Image—Incidental Tourism Promotion. *Tourism Recreation Research*, 36, 49-56. <https://doi.org/10.1080/02508281.2011.11081659>
- Bonini, L. A., & Sbragia, R. (2011). O modelo de design thinking como indutor da inovação nas empresas: um estudo empírico. *Revista de Gestão e Projeto*, 2, 3-25. <https://doi.org/10.5585/gep.v2i1.36>
- Bresser-Pereira, L. C. (2011). O processo histórico do desenvolvimento económico. Rio de Janeiro.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
- Brusadin, L. B. (2015). A teoria do turismo e os conceitos fundamentais. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 3(4). <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v3i4.16536>
- Bukowitz, W. R. (2013). Fidelity investments: adopting new models of innovation. *Strategy & Leadership*, 41(2), 58-63.
- Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7, 316 - 332. <https://doi.org/10.1177/1356766701007004>
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Cardon, E. C., & Leonard, S. (2010). *Unleashing design: planning and the art of battle command*.
- Cinemateca Portuguesa (2022). Repositório audiovisual. Recuperado em 30 outubro 2022 de <http://www.cinemateca.pt/>



- Costa, C. (2006). Novos turistas no centro histórico de Faro. *Análise Social*, 41 (180), pp.767-799.
- Couldrey, N. (1998). The View from Inside the 'Simulacrum': Visitors' Tales from the Set of Coronation Street." *Leisure Studies*, 17, 94-107. <https://doi.org/10.1080/026143698375178>
- Cranmer, E. E., tom Dieck, M. C., & Fountoulaki, P. (2020). Exploring the value of augmented reality for tourism. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100672
- Cunha, L. (2010). Desenvolvimento do turismo em Portugal: os primórdios. Fluxos e Riscos: Revista de Estudos Sociais, vol. 1 nº 01 <http://hdl.handle.net/10437/1849>
- D'Alessandro, L., Sommella, R., & Vigagnoni, L. (2015). Film-Induced Tourism, City-Branding and Place-Based Image: The Cityscape of Naples between Authenticity and Conflicts. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6(4), 180–194. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/4960>.
- Diário de Notícias (2020, janeiro 13). Turismo deu 14 milhões de euros para rodar 46 filmes em Portugal. <https://www.dn.pt/dinheiro/turismo-deu-14-milhoes-de-euros-para-rodar-46-filmes-em-portugal-11698355.html>
- Dias, F. (1987). As cores da “Cidade Branca” – Lisboa no ecrã (olhares do cinema estrangeiro sobre a cidade de Lisboa), in Quaresma, J. (ed.) *O Chiado e o cinema: do cinematógrafo ao videomapping artes na esfera pública*. Lisboa: Instituto Camões: Associação dos Arqueólogos portugueses, pp. 177-201.
- Dinheiro Vivo (2022). Portugal captou 314 milhões de euros em cinco anos de produções internacionais. Recuperado em 24 de outubro 2022 de <https://www.dinheirovivo.pt/economia/cinema-portugal-captou-314-milhoes-de-euros-em-cinco-anos-de-producoes-internacionais-14735255.html>
- Diniz, F. 2010. *Crescimento e desenvolvimento económico-modelos e agentes do processo*. Edições Silabo.
- Freeman, R. E., & Heed, D. L. (1983). *Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance*. *California Management Review*, 25(3), 93–94. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Garrod, B. & Fyall, A., Leask, A. & Reid, E. (2012). "Engaging residents as stakeholders of the visitor attraction," *Tourism Management*, vol. 33(5). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.014>
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B., & McIntosh, R.W. (2002). *Turismo: princípios, práticas e filosofias* (8ª ed.). Bookman.



- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396. <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Iwashita, C. (2003). Media Construction of Britain as a Destination for Japanese Tourists: Social Constructionism and Tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 331–340. <https://doi.org/10.1177/146735840300400406>
- Khadka, D., & Nepal, S. (2010). Local Responses to Participatory Conservation in Annapurna Conservation Area, Nepal. *Environmental Management*, 45(2), 351–362. <https://doi.org/10.1007/s00267-009-9405-6>
- Kim, H. & Richardson, S. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*. 30. 216-237. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Martins, C. A., & Morais, A. M. (2016). O contributo do turismo para o desenvolvimento das regiões. *Gaia Scientia*, 10(2)
- Melo, D. (2001) *Salazarismo e Cultura Popular (1933-1958)*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Mendes, I. (2017). Turismo Cinematográfico Remoto: aplicação prática no contexto português. <http://hdl.handle.net/10400.8/6334>
- Milne, S., Hall, C.M., & Lew, A.A. (1998). Tourism and sustainable development: exploring the global-local nexus.
- Moesch, M. M. (2014). Planejamento participativo e indução no turismo: reflexões sobre a construção de redes de cooperação na ‘Região dos Negócios’ em Goiás (Brasil). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(21/22), 329-337. <https://doi.org/10.34624/rtd.v3i21/22.12125>
- Mubi (2022). Lista de filmes realizados nos Açores. Recuperado em 30 outubro 2022 de <https://mubi.com/pt/lists/acores>
- Pires, E. (2003). O Baile do Turismo: Turismo e Propaganda no Estado Novo. Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- Ramos, D. M., & Costa, C. M. (2017). Turismo: tendências de evolução. *Revista eletrónica de humanidades do curso de ciências sociais da Unifap*, 10, 21-33. <http://doi.org/10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33>
- Riley, R.W., & Doren, C.S. (1992). Movies as tourism promotion: A ‘pull’ factor in a ‘push’ location. *Tourism Management*, 13, 267-274. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(92\)90098-R](https://doi.org/10.1016/0261-5177(92)90098-R)
- Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing, Wallingford.



- Rosa, P. F., Carvalhinho, L. A. D., & Soares, J. A. P. (2016). A participação de stakeholders no planeamento e gestão do turismo e da recreação em áreas protegidas: fundamentos sobre o processo participativo. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 96-106. <http://doi.org/10.18089/tms.2016.12211>
- Sábado (2019, fevereiro 15). E se “O Senhor dos Anéis” tivesse sido filmado nos Açores? <https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/e-se-o-senhor-dos-aneis-tivesse-sido-filmado-nos-acores>
- Silva, L. Oliveira, A., Pereira, L., Mendonça, C. (2017). Planejamento estratégico participativo e seus efeitos no clima organizacional. *Revista eletrônica de humanidades do curso de ciências sociais da Unifap*, v. 10, p. 79-95, 2017. <http://doi.org/10.18468/pracs.2017v10n2.p79-95>
- Smith, S. L. (1994). The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21, 582-595. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X)
- SREA (2019). Plano de Ordenamento Turístico para a Região Autónoma dos Açores. Relatório POTRAA Intermédio. Açores: Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo, Direção Regional do Turismo. http://potraa.quatenaire.pt/doc/potraa_relatorio.pdf
- Stringer, L. C., A. J. Dougill, E. Fraser, K. Hubacek, C. Prell, and M. S. Reed. (2006). Unpacking “participation” in the adaptive management of social–ecological systems: a critical review. *Ecology and Society* 11(2): 39. <http://www.ecologyandsociety.org/vol11/iss2/art39/>
- Swarbrooke, J. (2000) *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. Aleph.
- Tooke, N., & Baker, M. (1996). Seeing is believing: the effect of film on visitor numbers to screened locations. *Tourism Management*, 17(2), 87–94. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00111-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00111-5)
- Torre, O. D. L. (1997) *El Turismo: Fenómeno social*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Valente, J. C. (2010). *Para a História dos Tempos Livres em Portugal: Da FNAT à INATEL (1935-2010)*. Colibri e Fundação INATEL.
- Wray, M. (2011). Adopting and implementing a transactive approach to sustainable tourism planning: translating theory into practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 605-627. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.566928>



FEG
FACULDADE DE
ECONOMIA E GESTÃO
UNIVERSIDADE DOS AÇORES



Anexos



LISTA DE ANEXOS

Anexo A - Listagem de filmes gravados nos Açores

Anexo B - Levantamento de festivais de cinema e curtas-metragem nos Açores

Anexo C - Guião de entrevista semiestruturada

Anexo D - Roteiro da oficina de planeamento

Anexo E - Comprovativo de candidatura ao programa Põe-te em Cena

Anexo A - Listagem de filmes gravados nos Açores

Filme	Realizador	Ano	Duração	Categoria	Tema abordado	Local de Gravação
Pedras Brancas	Domingos Monteiro	1986	45'	Minissérie de TV RTPA	Diário de uma Família graciosense	Graciosa
Xailes Negros	José Medeiros	1986	60'	Minissérie de TV RTPA	Romance de autor açoriano José Pavão	São Miguel
Mau Tempo no Canal	Jose Medeiros	1989	90'	Minissérie de TV RTPA, Drama	Baseado ficção de autor acoriano Vitorino Nemésio	Faial
The Azores of Madredeus	Rob Rombout	1995	40'	Documentário	História do grupo musical Madredeus	Várias ilhas
Adeus Pai	Luis Filipe Rocha	1996	85'	Drama	Quotidiano Familiar	São Miguel
Dez ilhas e um Mundo	Diego Lara, Flávio Roberto	2009	45'	Documentário	Emigração para o Brasil	Várias ilhas e Santa Catarina, Brasil
A Banana do Pico	Luís Bicudo	2010	27'	Curta, documentário	Retorno às origens, cultivo da banana	Pico
É na terra não é na lua	Gonçalo Tocha	2011	180'	Documentário	Arqueologia, história	Corvo
Azorens	Tiago Melo Bento	2011	25'	Curta documentário	Emigrantes açorianos no Uruguai	Uruguai Várias ilhas dos Açores
Musical Açores	Luis Dores	2011	14'	Curta documental	Festivais de música	Terceira
Adormecido	Paulo Abreu	2012	12'	Curta Documentário	Poesia documental, imagens e vídeos da erupção de 1957	Faial
Deportado	Nathalie Mansoux	2012	67'	Drama	Consequências do repatriamento para os Açores	Terceira
Santa Maria Connection	Eberhard Schedl	2012	40'	Documentário	2ª guerra Mundial	Santa Maria
PDL-LIS	Diogo Lima	2012	28'	Curta, documentário	Estudantes deslocados	São Miguel



50 pesos argentinos	Bernardo Cabral	2012	25'	Curta, drama	Pobreza, emigração	São Miguel
Montar a tenda: Carnaval da Terceira	Montserrat Ciges	2012	60'	Documentário	Carnaval temático da terceira, teatro terceirense	Terceira
Não me importava morrer se houvesse guitarras no céu	Tiago Pereira	2012	66'	Documentário	Património intangível das ilhas, música local e chamarrita	Terceira
Noite de Festa	Nuno costa Santos	2012	60'	Documentário	Regresso às origens da ilha	São Miguel
Ser Ilhéu	Francisco Rosas	2013	25'	Curta	Solidão e abandono dos idosos na ilha	São Jorge
Black Sapphire Sea	Andy Miller	2013	19'	Curta	Surf	São Miguel
Alabote	Joao botelho	2013	11'	Curta, Drama	Ficção e fantasia	Santa Maria
Herberto	Bruno Sousa	2013	55'	Drama	Ser idoso numa ilha	-
Viagem autónoma	Filipe Tavares	2013	94'	Documentário, História	História da construção da autonomia da RAA	Várias ilhas
Ponta dos Rosais	Dinarte Branco	2013	17'	Drama, curta	Homicídio de turistas, mistério por desvendar	São Jorge
Baleias e Baleeiros	Diogo bicudo	2013	138'	Documentário	Indústria Baleeira	Pico
Partilha	Tiago Rosas	2014	90'	Documentário	Culto ao Espírito Santo	São Miguel
O livreiro de Santiago	José Medeiros	2015	125'	Biografia, drama, TV	Biografia de Manuel Nascimento, pessoa culta açoriana	Corvo, Chile
Portuguese in California	Nelson Ponta Garça	2015	-	Documentário	Diáspora açoriana	Sacramento, San Diego, Califórnia, Açores



Cortejar a Ilha	Nelson Cabral	2015	75'	Drama	Ficção, turismo de cruzeiro	São Miguel
Cinzentos e Negro	Luis Filipe Rocha	2015	126'	Drama, suspense	Amor, traição, drama familiar	Pico
Irmãos	Pedro Magano	2015	71'	Documentário	Religião, romeiros	São Miguel
Flores	Jorge Jácome	2017	27'	Curta	Ficção, praga de hortênsias leva à evacuação de população	Flores
Blue Breath	Rodrigo Areias	2018	78'	Documentário	História de Pescadores	São Miguel
Solum	Diogo Morgado	2019	95'	Ficção científica	Jogos psicológicos de sobrevivência numa ilha	Várias ilhas
Spirits and Rocks	Ayulin Gokmen	2020	14'	Curta Documental	Os medos de um vulcão	Faial, Pico, S.Jorge, Suíça
The Last days of Emanuel Raposo	Diogo Lima	2021	47'	Biografia	Biografia de apresentador açoriano Emanuel Raposo	Várias ilhas
Lobo cão	Claudia Varejão	2021	95'	Ficção	Comunidade LGBT insular	São Miguel
The Happiest Man	Sofia Caetano	2022	120'	Musical, comédia, dança	Droga, solidão, felicidade, mudanças de personalidade	São Miguel
Cemitério Vermelho	Francisco Lacerda	2022	10'	Curta de Ficção científica	Western açoriano	Santa Maria

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da Cinemateca Portuguesa (2022) <https://www.cinemateca.pt/Cinemateca-Digital/Video.aspx> e Mubi (2022) <https://mubi.com/pt/lists/acoes>

Anexo B - Levantamento de festivais de cinema e curtas-metragem nos Açores

Festival	Ilhas	Fundação	Categoria	Resumo
Faial Films Fest	Faial	2005	Todos os temas	Além das mostras de cinema e curtas, são também realizados workshops, master classes, espetáculos musicais, entre outras iniciativas destinadas aos participantes e ao público.
Curta Açores	S. Miguel	2010	Cinema alternativo, animação, ficção, documentário	Tendo como principal objetivo a promoção e divulgação de um cinema alternativo, o Curta Açores continua a apostar na criação de novos públicos, através da oferta de uma programação diversificada e direcionada a várias faixas etárias.
IMPRÓPRIA	S. Miguel Santa Maria Terceira	2019	Mostra de cinema de igualdade de género	A IMPRÓPRIA é uma mostra de cinema de igualdade de género e assume-se como um evento cultural, de intervenção social, e de cariz colaborativo, que ambiciona influenciar e educar um público heterogéneo quanto à idade e ao nível sociocultural para a igualdade de género. O objetivo é desafiar o conservadorismo e revelar os Açores contemporâneos, interessados em dinâmicas culturais inovadoras, através da exibição de curtas-metragens e filmes com respetiva discussão do tema com o público.
Cinema Sem Conflitos	Pico Terceira S. Miguel	2020	Cinema infantil e escolar	A “Mostra Cinema Sem Conflitos 2021” promove a reflexão e o despertar de consciência para temáticas essenciais da nossa convivência em sociedade. É uma mostra cinematográfica destinada às comunidades escolares.
NOMA	S. Miguel	2021	Festival Internacional de Cinema de Direitos Humanos	Um espaço onde o cinema serve de ponto de encontro para a sensibilização, diálogo, conhecimento e a ação para uma sociedade de pontes entre todos nós, entre todas as ilhas. “Porque ninguém deveria ser uma ilha”.
LAVADIAS	Pico	2022	Filmes e curtas relacionadas exclusivamente com os Oceanos e os mares	Projeto diferenciador porque durante três dias, “debaixo das estrelas do sul da ilha montanha, o tema dos oceanos, mares, as águas que nos rodeiam, aqui apresentam-se através de filmes de longa-metragem de ficção, animação, documentário, curtas e vídeos do mundo”, conforme citado do site da plataforma.

Fonte: Elaboração própria com recurso à consulta dos sites oficiais dos Festivais

Anexo C - Guião de entrevista semiestruturada

1. Considera que a indústria cinematográfica pode trazer benefícios e/ou prejuízos para os locais de filmagem? Poderia falar um pouco sobre isso?
2. Considera que existe uma indústria cinematográfica cá nos Açores?
3. Percebe e/ou já enfrentou dificuldades/barreiras na área cinematográfica, nos Açores?
4. Percebe e/ou já se beneficiou de facilidades na área cinematográfica, nos Açores?
5. Conhece algum subsídio ou apoio destinado a esta área?
6. Já obteve algum tipo de apoio para uma produção cinematográfica?
7. A região possui recursos humanos qualificados em número suficiente para a realização de grandes projetos da sétima arte?
8. Você acha que governo dos Açores está aberto para a realização de produções cinematográficas cá? Poderia comentar sobre?
9. O que seria importante para atrair produções internacionais para serem filmadas cá nos Açores?
10. Teria alguma proposta e/ou ideia para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nos Açores?
11. Já ouviu falar sobre o termo “turismo cinematográfico”? Poderia falar com suas palavras o que entende por “turismo cinematográfico”?
12. Quais sugestões daria ao Governo para o incremento do turismo cinematográfico nos Açores?
13. Tem mais algum comentário e/ou opinião que gostaria de comentar em relação ao tema?



Anexo D - Roteiro da oficina de planeamento

Primeira fase:

- Apresentação da professora e do aluno e contextualização do projeto;
- *Stakeholders* apresentam-se: nome e a área de atuação;
- Professora explica como vai ser a oficina participativa.

Segunda fase:

- Análise SWOT, utilizando o *whiteboard*:
1. Quais as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças para desenvolver a indústria cinematográfica nos Açores?
 2. E o turismo cinematográfico?

Terceira fase:

- Debate sobre as seguintes questões?
1. Como atrair produções nacionais e internacionais para serem filmadas nos Açores?
 2. Quais ideias sugeririam para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nos Açores?
 3. E para o desenvolvimento do turismo cinematográfico nos Açores?

Quarta fase:

- Apresenta dos slides e coleta a opinião dos *stakeholders* sobre as ideias do projeto, propostas pelo aluno com base nas entrevistas realizadas:
1. O que acharam das ideias?
 2. Sugerem alterações?
 3. Que novas propostas gostariam de fazer?



Anexo E - Comprovativo de candidatura ao programa Põe-te em Cena



Comprovativo da Candidatura Ação I

A1/2022/43

Candidato

Tipo de candidato: Jovem maior de 18 anos

Nome do Candidato / Entidade: Miguel Chagas

Data de nascimento: [REDACTED]

N.º BI/Cartão Cidadão: [REDACTED]

N.º Fisca [REDACTED]

NIB: [REDACTED]

Ilha: São Miguel

Concelho: Ponta Delgada

Telefone: -----

Telemóvel: [REDACTED]

Email: [REDACTED]

Projeto

Área: Multimédia

Outra área: -----

Designação do Projeto: CineAzor

Descrição das actividades: - Elaboração de uma curta metragem de promoção do destino Açores, como um destino potencial para "Turismo cinematográfico" (guião já se encontra escrito por um escritor açoriano) - Mostra em Festivais internacionais de Curtas *Todo este processo será elaborado com Stakeholders regionais da área, desde técnicos de som, a produtores, atores, cineastas, etc, uma vez que o intuito é promover e demonstrar o trabalho dos nossos profissionais.