



FOLHA INFORMATIVA Nº 32-2010

A CULTURA AVIEIRA E O POTENCIAL TURÍSTICO DA LEZÍRIA

Esta Folha Informativa foi precedida por uma pesquisa sobre o conceito *potencial turístico*, realizada para actualizar uma investigação levada a cabo em 2008. O resultado alcançado foi uma definição semelhante à proposta pelo investigador no final da primeira pesquisa, mas mais sintética: **o potencial turístico de um território é a aptidão deste para ser visitado por turistas.**

Face à persistente escassez de propostas de peritos em Turismo, a definição ainda é pioneira e situa o potencial turístico na interacção entre a matriz de *oferta* de cada território/destino e a matriz de *procura* do universo, ou nicho(s), de turistas potenciais, interacção essa enquadrada pela *concorrência* entre destinos (e respectivas matrizes de ofertas), da qual resultam as sucessivas *tendências do mercado* turístico.

É na perspectiva do seu potencial turístico que as aldeias Avieiras e a Lezíria estão equacionadas aqui.

Tendências recentes de procura e de oferta

As últimas décadas foram marcadas pela massificação do acesso ao conhecimento (na Escola) e à informação (nas Telecomunicações). Consequentemente, em geral, o capital cultural de cada turista aumentou e esses fenómenos afectaram profundamente os perfis de procura turística, tendo a reacção dos agentes turísticos novos perfis de oferta, em Portugal e no Estrangeiro. Mais qualificados e com mais informação sobre cada destino, **os turistas deixaram de ter um perfil durante as férias e folgas e passaram a assumir vários perfis em cada dia de lazer** (banhista ou caminheiro, durante o dia; folião ou erudito, durante a noite; etc).

Na procura, aumentou o tempo de consumo: por exemplo, os turistas balneares passaram a exigir ofertas nocturnas (comércio, entretenimento e cultura). Também o espaço procurado aumentou: tem crescido a procura por destinos não balneares, bem como a procura por roteiros territoriais (regiões, em vez de cidades) e roteiros temáticos (arquitecturas, vinho, sabores, religião, entre outros).

Em Portugal, antes da crise de 2008-2009, **o Turismo no Espaço Rural (TER) estava a ser cada vez mais procurado**, com aumentos de 10% em 2006 e 33% em 2007, contribuindo os turistas estrangeiros bastante para aquele crescimento.

Foram também estrangeiros muitos dos investidores responsáveis pela maior quantidade e qualidade de estabelecimentos e serviços turísticos no interior de Portugal Continental, depois de descobrirem o país e perceberem o seu potencial turístico e antes de promoverem (e aumentarem) esse potencial, através das muitas publicações internacionais que têm divulgado a melhoria da oferta turística portuguesa e a melhor relação qualidade/preço daquela, quando comparada com ofertas similares.

É inegável que emerge uma **tendência de maior procura do *Portugal profundo***.

Questões possíveis

Além de algumas tendências da procura turística em Portugal, a entusiasmada surpresa sentida pela generalidade dos espectadores das fotografias e dos filmes sobre o Baixo Tejo, que as Comunidades Avieiras ocuparam, tornou inevitáveis algumas reflexões sobre o potencial turístico daquele território a jusante de Almourol e a montante do imenso Estuário, que é um corredor natural da identidade nacional, no qual o norte e o sul de Portugal sempre fluíram juntos, desde o século XII, no sentido de Lisboa.

Por exemplo, **por que a Lezíria não é uma bandeira principal da promoção turística de Portugal, para fora e cá dentro**, como o Algarve, a Madeira ou, crescentemente, o Alentejo e os Açores?

Será por ser um território desprovido de costa atlântica ou de serras imponentes? Será por a Lezíria, apesar de não ser um território paisagisticamente urbano, estar muito humanizada, sobretudo pelas actividades ligadas à agro-pecuária, o que talvez ajude a explicar a sua menor proporção de “maravilhas naturais” e, conseqüentemente, eventuais dificuldades em enquadrá-la nas tais bandeiras visuais de promoção do país? Relativamente aos portugueses continentais, será que a sua situação cêntrica, razoavelmente próxima de tudo, inibe grande volume de dormidas?

Onde posicionar o território *Lezíria*, hoje?

Aquelas questões deverão ser consideradas na definição da **selling position que melhor realize o potencial turístico dos espaços associados à Cultura Avieira**. Além da situação da paisagem da Lezíria face às principais imagens de promoção do país e face aos 10 produtos considerados estratégicos pelo Turismo de Portugal, importa situar aquele território (espaço físico e meio imaterial) face às **selling positions** dos grandes destinos portugueses mais próximos: Lisboa e Alentejo. Tal deve-se à hipótese

de o **posicionamento do eventual destino Lezíria** poder ser a **chave do sucesso dos seus produtos turísticos**, a médio prazo.

Por exemplo, o destino *Lisboa* é vendido, sobretudo, por períodos inferiores a 5 dias, como um produto cultural urbano, cada vez mais artístico e sofisticado, ao qual outros destinos urbanos, como as três *vilas aristocratas* (Sintra, Cascais e Oeiras), são mais associados do que as praias próximas (Caparica e Linha de Cascais). É uma focalização que será pragmaticamente mantida se aumentar as visitas à capital, a curto prazo.

Entretanto, **continua subdesenvolvido o produto Náutica de Recreio**, de que o Estuário do Tejo possui elevada aptidão natural e desde o qual, em cada ano, dezenas de milhar de turistas poderão navegar até aos bairros avieiros do Baixo Tejo, entre margens (como já sucede no Douro), com lucros sócio-económicos previsíveis.

Apesar da afectação institucional à Entidade Regional de Turismo de Lisboa, **a desarticulação entre o destino Lisboa e a Lezíria** pode sugerir a *selling position* do Alentejo como âncora promocional e financeira alternativa, assim como viagens atentas em grande parte das Estradas Nacionais. A Estrada Nacional (EN) 118 e a EN 365 podem induzir que se pondere parcerias entre agentes turísticos das margens do Tejo e de municípios como Mora e Coruche, no sentido de criar produtos integrados, com ofertas complementares, de diferentes origens.



Figura 1: Pescadores numa chata e um olival jovem sobre o Tejo.

Foto do autor

É uma alternativa que explora alguns fenómenos em interacção. O primeiro é a já citada tendência de crescimento do TER português. O segundo é o facto de, **tal como o Alentejo, ambas as margens do Baixo Tejo pertencerem ao Sul geográfico** (planícies, casas caiadas, latifúndios). Em terceiro lugar, é público que o Alentejo foi a única região de Portugal Continental com resultados turísticos de 2009 positivos (os melhores de sempre, até), ao contrário da tendência do país, naquele ano de crise.

O Alentejo foi considerado por publicações internacionais um destino com uma matriz de oferta versátil, que foi equiparada à Toscana e à Puglia italianas, devido à diversidade de unidades paisagísticas, aos relevos suaves, aos montados e aos pomares, aos casarios brancos, ao clima, às ribeiras, à boa gastronomia (vinhos incluídos) e à qualificação da sua tríade *HORECA* (HOTelaria, REstaurantes, CAFés).

Todavia, **a Cultura Avieira pode beneficiar os agentes turísticos da Lezíria**, se dotar grande parte do destino *Alentejo* com ofertas consideradas supérfluas para destino *Lisboa*: a via *Tejo*, areas fluviais, os *enclaves* piscatórios (além do porto da Carrasqueira), pomares, hortas e vinhedos ribeirinhos, peixes autóctones, aves da lezíria, gastronomia, etc.

Um conceito viável: o destino Lezíria!

A insistência na expressão *Lezíria* tem sido propositada. Um motivo forte da crença na **viabilidade da marca Lezíria (nome com muita História), enquanto destino turístico**, chama-se Alcarria. A *Alcarria* é o território espanhol entre a metrópole de Madrid e o Alto Tajo e, citando a Wikipedia espanhola:

“La Alcarria goza de popularidad debido a su **inconfundible paisaje antropizado**, marco contextual de célebres obras literarias. Como productos destacados de la tierra, habría que mencionar la miel de la Alcarria, el espliego y el cordero de raza alcarreña, aunque también serían dignos de mencionar sus vinos, con una reciente denominación de origen: Mondéjar.

En lo que respecta a la cubierta vegetal, la Alcarria es una comarca fuertemente incidida por la acción antrópica, la cual se concentra fundamentalmente en los valles, en forma de cultivos de regadío (intensivos), y en las cumbres de los páramos, donde dominan los cultivos de secano, como son el olivar y la vid (...), exceptuando los coluviones situados en las partes bajas de las vertientes, sobre los cuales pueden llegar a encontrarse cultivos frutales, así como vid u olivar de regadío (si la orientación de la vertiente es óptima)”.

Ignorando, para já, a expansão da piscicultura (ordenada por efectivas contrapartidas sócio-ambientais), a Alcarria é um território similar à Lezíria portuguesa, não só pela sua paisagem e pelos seus produtos, como também pelo que dista da cidade capital (50 a 100 km) e ainda pela sua desafecção promocional ao destino *Madrid*, também vendido como produto cultural urbano e com reduzida associação aos territórios adjacentes, tal como Lisboa.

Tal como a Alcarria se autonomizou, enquanto destino turístico, ancorado numa planície aluvial do Tejo que suporta vários circuitos (motorizados ou não) de *touring* paisagístico e gastronómicos e uma relevante náutica de recreio, entre outros produtos, também **os agentes turísticos da Lezíria devem ponderar uma estratégia que (a) firme um novo destino, ancorado ao Baixo Tejo** e centrado na cidade de Santarém (com um papel similar ao de Toledo), cuja qualificação urbanística e patrimonial será fundamental para atrair visitas de famílias e grandes grupos de turistas ao território.

A Lezíria beneficia, todavia, de uma vantagem competitiva sobre a Alcarria: o seu Tejo é navegável até à capital do país, o que não sucede no Tejo espanhol. E **a parte oriental da sua bacia hidrográfica, que irá envolver o Novo Aeroporto de Lisboa, poderá ser destino bem sucedido de vários nichos turísticos não urbanos**, sem excluir a componente balnear – Patação (Alpiarça), Foz do Alviela (Santarém) e Casa Branca (Azambuja).



Figura 2: Praias fluviais de Patação e Foz do Alviela e cavalos na Ribeira de Muge.

Foto do autor

Conclusões:

Na reflexão sobre o potencial turístico dos bairros avieiros, os bairros não estão monografados nesta Folha Informativa. Fazê-lo seria redundante, tendo em conta que esta dirige-se a um universo conhecedor das boas ofertas que os bairros reservam para quem os visita. Também não se recorreu à palavra Ribatejo. Pelo mesmo motivo por que a denominação dos vinhos da Estremadura passou a ser Lisboa: notoriedade.

De facto, insistir em designar Ribatejo (acima do Tejo) um território com uma metade além-Tejo é uma opção logicamente muito discutível, perante qualquer mapa e, sobretudo, no terreno. Por outro lado, o conceito *Lezíria* integra rigorosamente ambas as margens do Baixo Tejo e é muito fácil de resumir. Ainda por cima, *Lezíria* é um termo com origem mourisca, que deriva de uma palavra mundialmente conhecida: *Jazeera / Jaza'ir*, que significa *ilha* (o que remete para os férteis Mouchões do rio). Quanto à questão da designação dos ribatejanos, a palavra *Leziranos*, além de identificá-los com precisão, distingue-os melhor dos alentejanos e tem uma sonoridade muito apta para o Marketing Territorial.

No rescaldo das ideias apresentadas, algumas das quais assumidamente provocatórias, importa reforçar a necessidade de ponderar o enquadramento territorial que melhor aproveite o potencial turístico dos bairros avieiros (Lisboa vs Alentejo) e a pertinência de ancorar estrategicamente as ofertas do Baixo Tejo, ao destino que possa integrá-las mais coerentemente na sua promoção turística, enquanto Lisboa acentua o seu carácter urbano e cosmopolita.

Ou, numa abordagem mais criativa e menos pragmática, propor a afirmação do destino regional *Lezíria*, que mobilize uma identidade sócio-espacial existente e com futuro e na qual a Cultura Avieira, representante mais carismática das comunidades *borda-d'água* leziranas, tem e continuará a ter um papel muito relevante.

Jorge Bento Gambóias

(licenciado em Planeamento e Gestão do Território)