

Do 'celeiro da nação' ao **Alentejo** 'tempo para ser feliz'

VICTOR FIGUEIRA * [victorfigueira@ipbeja.pt]

Palavras-Chave | Alentejo, Turismo, Destino.

Objetivos | Este trabalho tem como objectivo geral fazer uma análise reflexiva cujo contributo poderá servir de referencial para o desenvolvimento de outras regiões de Portugal. Para esse fim foram definidos objectivos específicos que passam pela análise histórica e organizacional do território do Alentejo - os seus efeitos e limitações ao desenvolvimento social e económico - e pela análise estrutural, de gestão e planeamento das estruturas regionais de turismo.

Metodologia | Para a elaboração deste trabalho foram realizados levantamentos e revisões bibliográficas sobre a área de estudo, numa perspectiva histórica e contemporânea. Esta pesquisa foi feita sobretudo através de fontes bibliográficas, *sites* especializados e documentação cedida pela Entidade Regional de Turismo do Alentejo. Através da observação participante foi possível partilhar atividades e ocasiões de um grupo de pessoas ou de uma comunidade onde foram recolhidas imagens e depoimentos nos locais que demonstram as várias transformações decorridas no Alentejo.

Principais Resultados e Contributos | Desde sempre o Alentejo foi considerado uma zona que contempla um vasto território de múltiplos usos. As serras, o litoral, a planície e a pene-planície, conferem a esta zona geográfica uma diversidade de solos muito grande - dos baldios aos 'Barros de Beja' que se desenvolvem numa área entre Ferreira do Alentejo e Serpa. Esta imensidão de terreno com capacidade produtiva provocou nos governos a necessidade de gerir o território de forma mais equitativa e justa. Grande parte das acções que os governos aplicaram na agricultura – Campanha do Trigo (1929); ocupação do território pela Junta de Colonização Interna (1937); os vários Planos de Fomento (I, II, III); a Política Agrícola Comum (PAC-1986...), entre outros – não favoreceu, de todo, aqueles que dela deviam de depender nem valorizou o espaço rural e a sua multifuncionalidade. A grande parte da população eram assalariados e mesmo aquando da ocupação pela Reforma Agrária, a sua situação não se inverteu, apenas continuaram trabalhadores assalariados 'de patrões novos'. A aptidão agrícola dos solos fez com que o Alentejo fosse chamado em tempos o 'celeiro da nação', dada a importância da cultura cerealífera de sequeiro.

Nas últimas décadas, o Alentejo modificou a sua aposta agrícola. Passou por profundas transformações estruturais, que vão desde a reconversão da sua componente agrícola, nomeadamente nos modos de produção e de introdução de novas culturas, na aposta nas agroindústrias e criação de novos produtos baseados nos recursos endógenos, até à criação de infraestruturas de maior relevo que lhe permitem ter as acessibilidades necessárias para a comercialização, distribuição

* **Doutor em Turismo** pela Universidade de Évora. **Professor Adjunto** do Instituto Politécnico de Beja.

e acesso, num mercado global cada vez mais competitivo, de que são exemplo as acessibilidades rodoviárias, o Porto de Sines e o *cluster* aeronáutico em Évora e Beja.

As atuais Entidades Regionais de Turismo detêm um conjunto de competências por forma a assegurar uma gestão territorial do turismo com base nas diretivas nacionais, mas com autonomia administrativa, financeira e patrimonial. A Turismo do Alentejo, Entidade Regional do Turismo (ERT) resulta da fusão das antigas regiões de turismo de São Mamede (Portalegre), Évora e Planície Dourada (Beja).

A criação, em 2008, da Entidade Regional de Turismo do Alentejo permitiu dar início a uma estruturação real do destino através da organização da oferta, da criação de produtos turísticos e da promoção nacional e internacional, criando para isso instrumentos de planeamento que potenciaram esse trabalho como sejam: o Plano Operacional de Turismo do Alentejo (POTA); o Programa de Ação 'Aumentar a Visibilidade Turística do Alentejo'; o Desenvolvimento do Produto Turístico 'Gastronomia e Vinhos'; Alentejo – Destino de Investimento Turístico; Documento Estratégico 'Turismo do Alentejo 2014-2020', entre outros. É de realçar a criação do Observatório Regional do Turismo do Alentejo (ORTA), previsto no POTA, cujo objetivo principal foi a criação de um instrumento de apoio ao planeamento e prospetiva do sector turístico no Alentejo, capaz de produzir informação fiável e adaptada às necessidades regionais e que esteja direcionado para a promoção, qualificação, diferenciação, sustentabilidade e inovação do seu tecido empresarial. Através do ORTA foi possível realizar o *Estudo do perfil do visitante*, elaborar um *Sistema de Informação Geográfica da Oferta Turística da Área Regional de Turismo do Alentejo*, a criação do Barómetro, elaboração de um estudo sobre a Conta Satélite do Turismo e uma Conferência Internacional.

Todo o trabalho produzido levou à distinção desta Entidade Regional de Turismo por várias organizações nacionais e internacionais, de que são exemplo o prémio de 'Melhor Região Nacional 2010', o *Global Awards* em Londres em 2010, a 'Medalha de Mérito Turístico – Grau Ouro 2010', o Prémio para 'Melhor Região Nacional 2011, 2012 e 2013' atribuído pela Publituris Portugal *Travel Awards*. Já em 2014 foi apontada pela *National Geographic* como um 'destino obrigatório' e pela Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT) como 'destino preferido em 2014'.

O trabalho desenvolvido foi também visível através de distinções ao seu presidente. De realçar a 'Medalha de Mérito Turístico (Grau Prata)' em 2010, a 'Medalha de Honra da AHRESP 2010', o 'Prémio Carreira Política' atribuído pela *Revista Mais Alentejo* em 2010, o 'Prémio Personalidade Turística 2011', atribuído pela *Publituris Portugal Travel Awards*, o 'Troféu de Consagração Turística 2011' pela Associação de Jornalistas Portugueses de Turismo e o 'Prémio Ideia do Ano 2013' atribuído pela *Amadeus Brighter Awards*.

Também o filme promocional 'Alentejo, tempo para ser feliz', uma iniciativa da Entidade Regional de Turismo (ERT), conquistou o Golfinho de Prata na categoria 'Filmes de Turismo', num festival que decorreu em Cannes (França) 2013.

A criação de ferramentas, a dimensão do território, a criação de uma metodologia inovadora, a criação de parcerias sólidas, a existência de recursos endógenos, uma comunicação adequada e o trabalho, empenho e dinâmica de toda uma equipa com objetivos comuns, resultou neste trabalho de concertação.

Conclusões | As principais conclusões deste trabalho permitem-nos dizer que no século XX e XXI, o Alentejo sofreu um conjunto de alterações significativas que afetaram o seu estilo de vida quotidiano, o seu modo de produção e a valorização de todos os seus produtos. A agricultura dominava enquanto actividade principal e dela dependia grande parte da economia regional. As diversas tentativas de organização agrícola por parte dos governos não foram muito bem-sucedidas e por isso a melhoria geral da qualidade de vida das populações deu-se, em grande parte, pelo aumento dos empregos no sector terciário, permitindo a fixação de população nos territórios o que veio atenuar a desertificação demográfica sentida em toda a região. Toda esta transformação levou à fixação de massa crítica nos territórios e com ela, uma maior capacidade empreendedora, onde dominam as agroindústrias e a produção agrícola, nomeadamente, da vinha e do olival. A junção das estruturas regionais de turismo permitiu, de outra forma, ter uma visão mais global da diversidade e potencialidade dos recursos existentes na região e, através da alteração de políticas, do empenho, do trabalho e da dinâmica na atividade turística (salientando-se o importante trabalho levado a cabo pela Turismo do Alentejo, a título individual e em parcerias) foi possível construir o destino Alentejo, constituindo-se como um exemplo promissor visível através das várias distinções que lhe têm sido atribuídas.