vinetur

A nova campanha turística da Turquia apresenta Muğla como uma única região costeira.

As autoridades agruparam Bodrum, Fethiye, Göcek, Dalyan e Marmaris num único destino do Egeu e do Mediterrâneo, com o objetivo de alargar o interesse para além dos resorts de renome.

quarta-feira, 9 de setembro de 2026



Uma campanha turística divulgada na terça-feira colocou em destaque Muğla, uma província na costa sudoeste da Turquia, numa altura em que as autoridades e os promotores turísticos procuravam chamar a atenção para uma região que combina destinos balneares, sítios arqueológicos e rotas de navegação ao longo do ponto de encontro entre os mares Egeu e Mediterrâneo.

A promoção apresenta Muğla não como uma única zona turística, mas sim como uma vasta região costeira composta por vários destinos bem conhecidos, incluindo Bodrum, Fethiye, Marmaris, Göcek, Dalyan e Datça, juntamente com muitas outras pequenas localidades à beira-mar. Por toda a província, colinas cobertas de pinheiros descem em direção a enseadas e baías, enquanto ruínas antigas se erguem junto às praias e marinas.

Bodrum continua a ser o nome mais conhecido da região e mantém-se como um dos principais pontos de entrada para os visitantes. A cidade é amplamente associada à vida noturna e ao turismo de luxo, mas a campanha dá maior ênfase à ligação de Bodrum à costa do Mar Egeu e à sua longa história marítima. Destaca as casas caiadas de branco da cidade, os barcos tradicionais e os portos, bem como o Castelo de Bodrum, uma fortaleza do século XV construída pelos Cavaleiros Hospitalários que ainda domina a orla marítima. A Península de Bodrum, na sua totalidade, incluindo cidades como Gümüşlük, Yalıkavak e Turgutreis, é também apresentada como parte do encanto da região.

Mais a leste, a campanha destaca Fethiye como uma das paisagens mais espetaculares da província, onde as montanhas se erguem abruptamente por trás da costa mediterrânica. Nessa parte de Muğla, os promotores estão a dar destaque a Ölüdeniz, cuja lagoa e águas de um azul brilhante se tornaram uma das vistas costeiras mais reconhecíveis da Turquia. A montanha vizinha de Babadağ é novamente apresentada como um local de referência para a prática de parapente, uma atividade que ajudou a conferir visibilidade internacional à região, oferecendo vistas panorâmicas sobre o mar e os picos circundantes.

O material também chama a atenção para locais próximos de Fethiye que ligam o turismo à história local. Kayaköy, a aldeia abandonada na encosta conhecida pelas suas casas de pedra, é descrita como um local que reflete o passado mais complexo da região. O Vale das Borboletas, acessível a partir da costa, por baixo de altas falésias, é incluído como um local natural que atrai visitantes à procura de um ambiente mais tranquilo e menos urbano. As ilhas ao largo da costa e as baías escondidas continuam a ser fundamentais na forma como a costa de Fethiye está a ser promovida, sendo os passeios de barco descritos como uma das principais formas de explorar a região.

Göcek, outra paragem na costa de Muğla, está a ser promovida sobretudo pela prática da vela. A campanha descreve a cidade e as enseadas circundantes como uma das zonas náuticas mais conhecidas da Turquia, com baías protegidas, encostas arborizadas e aglomerados de pequenas ilhas. Entre os locais destacados encontram-se as Ilhas Yassıca, a Ilha de Göcek, a Ilha de Tersane, a Baía de Cleópatra e a Baía de Bedri Rahmi. A zona está intimamente ligada à «Viagem Azul», ou «Mavi Yolculuk», a tradição turca de navegação costeira centrada em viagens de vários dias por enseadas tranquilas e ancoradouros.

Dalyan é apresentada na campanha como um dos exemplos mais evidentes de como a natureza e a antiguidade se encontram na província. Os barcos navegam ao longo de canais ladeados por juncos em direção às ruínas da antiga Kaunos, onde túmulos monumentais escavados na rocha se erguem nas falésias acima do rio. As ruínas nas proximidades marcam o local de uma cidade que outrora ocupou um lugar importante na antiga Cária. Continuando em direção ao mar, o percurso chega à Praia de İztuzu, identificada como um importante local de nidificação para as tartarugas-cabeçudas, conhecidas cientificamente como Caretta caretta.

Marmaris destaca-se também como um importante centro costeiro, especialmente para os viajantes interessados em marinas, acesso por barco e um litoral onde densas florestas se encontram com a água. Localizada perto do ponto onde o Mar Egeu e o Mediterrâneo se unem, a área tem funcionado há muito tempo como porto sob diferentes civilizações. A campanha destaca o contraste visual entre as colinas cobertas de pinheiros e o mar de um azul profundo, ao mesmo tempo que chama a atenção para pequenas enseadas e ilhas ao largo da costa, às quais muitas vezes se

chega mais facilmente de barco do que por estrada.

Em conjunto, a mensagem da campanha é que o apelo turístico de Muğla reside na sua variedade. Numa única província, os visitantes podem deslocar-se de cidades turísticas a sítios arqueológicos, de marinas a zonas húmidas e de praias muito fotografadas a enseadas mais tranquilas, ainda pouco conhecidas pelos viajantes internacionais. Em vez de se centrar apenas num único destino emblemático, o material apresenta a região como uma rede de locais ligados pelo mar.

Os transportes são uma parte central dessa mensagem. A Turkish Airlines afirma que os viajantes podem chegar à província através dos seus dois principais portões de entrada, Bodrum e Dalaman, sendo que Bodrum é servida pelo Aeroporto de Milas-Bodrum. Essas ligações permitem que os passageiros que chegam a Istambul sigam para alguns dos destinos balnear e centros de iatismo mais conhecidos do país. A campanha também aposta fortemente na perspetiva aérea da região, argumentando que a geografia de Muğla é especialmente impressionante vista de cima, com penínsulas que se estendem para o mar, pequenas ilhas espalhadas ao largo da costa e cadeias montanhosas que emolduram baías abrigadas.

O comunicado surge num momento em que a Turquia continua a promover as suas regiões costeiras junto dos visitantes internacionais, destacando uma combinação de paisagens naturais, património cultural e turismo marítimo. Em Muğla, os promotores procuram diferenciar a província, mostrando como várias das marcas turísticas mais fortes do país se situam no mesmo trecho costeiro. Bodrum goza de reconhecimento internacional consolidado, Fethiye e Ölüdeniz oferecem paisagens que combinam montanha e mar, Göcek mantém-se ligada à cultura da vela, Dalyan acrescenta valor arqueológico e ambiental, e Marmaris reúne a história portuária e as infraestruturas de estância balnear.

A campanha não anuncia novas infraestruturas nem valores de investimento. Em vez disso, centra-se em reformular a narrativa em torno de Muğla, apresentando-a como um local que se compreende melhor através da deslocação ao longo da costa, seja por via aérea, rodoviária ou marítima. Essa abordagem reflete a própria estrutura da província, onde a experiência de viagem depende frequentemente da passagem de

uma baía, península ou cidade portuária para outra, em vez de permanecer num único centro.

Para os operadores turísticos e responsáveis pelo turismo, este enquadramento abrangente poderá ajudar a alargar o mercado para além dos visitantes que já conhecem Bodrum ou Ölüdeniz. Ao interligar o turismo de resort, as viagens em pequenas embarcações, a arqueologia e as áreas naturais protegidas, a campanha visa apresentar Muğla como um dos destinos costeiros mais completos da Turquia, com pontos de acesso tanto no lado do Mar Egeu como no do Mediterrâneo, na costa sudoeste do país.