

TURISMO
HISTÓRIA, PATRIMÓNIO E IDEOLOGIA
DIÁLOGOS E MEMÓRIAS

INSTITUTO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA
NOVAFCSH FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA
FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR
CASCAIS

FICHA TÉCNICA

CONCEÇÃO
Câmara Municipal de Cascais – Departamento de Inovação e Comunicação – Divisão de Arquivos, Bibliotecas e Património Histórico
Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Instituto de História Contemporânea

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA
Ana Paula Pires
Cândida Cadavez
João Miguel Henriques

GESTÃO DA EDIÇÃO
Maria Conceição Santos

AUTORES
Ana Luísa Pires
Ana Paula Vieira da Silva e Sousa
Ana Quintas
Anabela Figueiredo Machado Monteiro
Armando Quintas
Carla Ribeiro
Carlos Filipe
Carlos Guilherme Riley
Celeste Nava Jiménez
Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel
Cristina Carvalho
Denise Janaina da Cruz
Elsa Ventura Ramos
Frédéric Vidal
Guilherme d'Oliveira Martins
Isabel Soares de Albergaria
Ivan Rêgo Aragão
Joaquim Manuel Vieira Rodrigues
Jorge Umbelino
José Guilherme Vitorino
Joana Lucas
Joselaine de Jesus Pereira
Licínio Cunha
Ligimar Flórido
Luís Boavida Portugal
Luís Manata
Luís Timóteo de Barros
Luísa Mendes-Jorge
Madalena Corte-Real
Maria João Gomes
Maria Mota Almeida
Marianna Monte
Paulo Barroso
Ricardo Ferreira de Almeida
Ricardo Hipólito
Susana Rocha Relvas
Vanessa Alexandra Pereira

APOIO
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
Fundação António Quadros - Cultura e Pensamento

DESIGN
Adriana Silva

ISBN
978-972-637-307-0

Cascais, julho de 2020

O turismo é uma invenção europeia, com raízes no século XVIII. Às viagens marítimas, religiosas e de negócios juntar-se-iam as viagens de recreio, que transformaram esta atividade num fenómeno económico e social, em constante mutação e desenvolvimento.

Entre a segunda metade do século XIX e as duas primeiras décadas do século XX, o país iniciaria um inexorável processo de modernização em função das necessidades dos vilegia (turistas). As aldeias piscatórias transformaram-se em praias e lugares patrimoniais, como Alcobaça, Batalha, Tomar ou Sintra, receberam cada vez mais visitantes.

O rico passado histórico e a situação geográfica de Portugal, escala das grandes rotas do trânsito marítimo intercontinental, desenharam as características fundamentais do turismo nacional num mercado em que continua a consolidar-se como destino de excelência. O clima ameno, multiplicidade de paisagens, vasta costa pontuada por praias excecionais, variedade de águas medicinais e riqueza cultural do nosso país concorreriam, assim, para a construção da oferta que hoje conhecemos.

Os governos republicanos, não o podemos esquecer, desempenharam um papel importante neste processo ao criarem as primeiras estruturas oficiais de turismo e estabelecerem a primeira classificação oficial dos lugares turísticos, que o Estado Novo soube levar mais longe.

A primeira página da edição de 22 de julho de 1935 do jornal *O Século* anunciava a realização do I Congresso Nacional de Turismo em Portugal num artigo que prometia que os seus resultados seriam úteis, «dentro das realidades atuais», garantindo igualmente que «as conclusões que vierem a ser votadas representam, de facto, o aproveitamento de uma análise, tão profunda quanto possível, de todos os problemas que, direta ou indiretamente, interessam ao turismo, que é uma causa de verdadeiro interesse nacional».

O encontro, inicialmente sugerido por Raul da Costa Couvreur, representante da Sociedade Propaganda de Portugal, acabou por acontecer apenas entre 12 e 16 de janeiro de 1936. Assim, no ano em que a vizinha Espanha se confrontava numa guerra civil e quando o resto do mundo se encaminhava para um longo período de devastação e conflitos bélicos, a "Nação" portuguesa organizava com pompa e circunstância o I Congresso Nacional de Turismo, cujas reuniões de trabalho decorreram maioritariamente na Sociedade de Geografia de Lisboa, em sessões que abordavam, entre outros temas, a escassez quantitativa e qualitativa do parque hoteleiro nacional, a necessidade de aperfeiçoar a formação dos profissionais, a importância atribuída pelo novo regime político à preservação e à divulgação do património nacional cultural e imaterial ou ainda a falta de diversificação de produtos turísticos.

Mais de 80 anos passados sobre este evento, a presente obra reúne uma série de reflexões que, entre outros assuntos, abordam os diversos papéis que o turismo tem desempenhado ao longo dos tempos, o modo variado como a atividade afeta as sociedades coevas e muitos exemplos de práticas inovadoras, criativas e sustentáveis, indispensáveis para a captação dos fluxos de viajantes atuais.

Ana Paula Pires
Cândida Cadavez
João Miguel Henriques

TURISMO
HISTÓRIA, PATRIMÓNIO E IDEOLOGIA
DIÁLOGOS E MEMÓRIAS

REFLEXÕES

11 **À procura de um turismo português: Nota brevíssima**
Guilherme D' Oliveira Martins

17 **O Pioneirismo do I Congresso Nacional de Turismo (1936)**
Licínio Cunha

29 **Integridade *vs.* Adaptabilidade? Uma reflexão sobre a utilização hoteleira do património edificado em Portugal**
Luís Boavida Portugal

IMAGENS DE PORTUGAL

43 **Saúde e turismo: a Madeira na rota dos viajantes e doentes do século XIX**
Luís Timóteo de Barros

59 **Turismo em Portugal: e se António Ferro não tivesse existido?**
Carla Ribeiro

77 **As Edições de Turismo do SPN/SNI sob António Ferro: Cristalização de uma Imagem**
Ana Quintas

93 **Entre a propaganda e a realidade: as "heterodoxias" de Leitão de Barros em relação ao turismo**
José Guilherme Vitorino

CULTURA, PATRIMÓNIO E MEMÓRIA

107 **“Mas leve consigo, bem acordados, todos os sentidos”: a divulgação patrimonial e o turismo na obra *Paisagem e Monumentos de Portugal***
Maria Mota Almeida

127 **A procura da identidade em percursos de alteridade: A essência do “viajar” no turismo religioso**
Paulo Barroso

143 **Turismo cultural como ferramenta de valorização da memória: Quilombo do Pai Felipe em Santos/SP**
Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel, Denise Janaina da Cruz, Joselaine de Jesus Pereira e Ligimar Flórido

TURISMO E CULTURA CIENTÍFICA

161 **Turismo, terras de Portugal e de Espanha: Redes de turismo cultural (literário e intelectual) ontem e hoje**
Susana Rocha Relvas

175 **Turismo, educação, criatividade e cultura: o papel da Mobilidade académica**
Anabela Figueiredo Machado Monteiro

PODER, TERRITÓRIO E PROPAGANDA

199 **O “mundo do turismo” em Portugal: atores, políticas e territórios (anos 1900 – anos 1930)**
Frédéric Vidal

213 **Olhar a paisagem há 160 anos – o comboio e o turismo em Portugal**
Ana Paula Vieira da Silva e Sousa

227 **Turismo, império e ideologia: A construção e a promoção da Mauritânia enquanto destino turístico (1920-1960)**
Joana Lucas

HISTÓRIAS DE TURISMO EM PORTUGAL

243 **O turismo nas Caldas da Rainha do século XIX para o século XX**
Ricardo Hipólito

257 **Primórdios do Turismo nos Açores: de porto de Escala a Destino Turístico (1893-1939)**
Carlos Guilherme Riley e Isabel Soares de Albergaria

277 **Fausto Figueiredo: Visão, Acção & Legado**
Cristina Carvalho

TURISMO, PATRIMÓNIO E IDENTIDADES

293 **Fado, pastéis de bacalhau e Douro: relações entre identidade, património e turismo no filme *A Gaiola Dourada***
Ana Luísa Pires

305 **Em busca da *Freira Gulosa***
Ricardo Ferreira de Almeida

319 **Tauromaquias populares, realidade e identidade**
Elsa Ventura Ramos, Jorge Umbelino e Luísa Mendes-Jorge

TURISMO E PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

339 **O Património Geológico das Pirites e dos Mármores do Alentejo: Património, Identidade e Turismo Cultural**
Armando Quintas e Vanessa Alexandra Pereira

361 **A Rota do Mármore entre a indústria e a oferta turística: dificuldade ou oportunidade?**
Carlos Filipe

TURISMO E CULTURA DE MASSAS

379 **História e património pilares do futuro turístico do Algarve**
Joaquim Manuel Vieira Rodrigues

401 **Trafaria e Turismo, a evolução de uma identidade**
Luís Manata, Madalena Corte-Real, Maria João Gomes e Marianna Monte

421 **Cultura, história e sociedade em dois destinos turísticos da América Latina**
Ivan Rêgo Aragão e Celeste Nava Jiménez

REFLEXÕES

À procura de um turismo português: Nota brevíssima

Guilherme D' Oliveira Martins

Em 1939, a aproximação da realização da iniciativa «Exposição do Mundo Português» levou António Ferro a preparar o acolhimento de visitantes que acorreriam a Portugal para visitar o certame. O antigo jornalista lembrava-se das vergonhas que testemunhara quando, andando pelo país, tinha dificuldade em encontrar um lugar condigno para gozar a natureza e o rincão português. Infelizmente, a eclosão da Guerra Mundial pôs em causa essa possibilidade – o que tornaria a Exposição uma realização essencialmente nacional. Isso não impediu, porém, que o ainda Secretário da Propaganda Nacional tenha delineado uma estratégia turística, cujos frutos apenas seriam colhidos mais tarde. Daí que em 1944 o Secretariado tenha adotado uma nova designação, mais conforme com os novos ventos e as novas ideias, com referência especial à atividade turística – surgiu então o Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo. Se em 1938 foi promovido o concurso para escolher a Aldeia Mais Portuguesa de Portugal, que recairia em Monsanto, que por esse facto receberia o troféu do «Galo de Prata», em 1941 seria publicada a curiosíssima «Cartilha da Hospedagem Portuguesa» com texto de Augusto Pinto e ilustrações de Emmérico Nunes. O subtítulo da obra dizia bem do que se pretendia – «Adágios Novos para servirem toda a Hospedaria que não quiser perder Freguesia»... A cartilha, além de ter deliciosas ilustrações de um dos mais consagrados modernistas portugueses, propõe-se definir regras muito simples para bem receber, com limpeza e dignidade. Eis alguns aforismos do Manual...: «Modelo de cara lavada e risonha a usar, de futuro, pelas pousadas, estalagens e hospedarias portuguesas», ou «Com sala de entrada que seja engraçada, engraça o doutor, engraça o prior e seja quem for». Entre o humor e o conselho mais sisudo, a preocupação geral é a de dar ambiente e alimentação de qualidade.

Segue-se a criação das Pousadas portuguesas, inspiradas nos Paradores Espanhóis, encaradas como um rede de referência para contrariar uma prática não muito aconselhável de receber visitantes, sem as mais elementares condições de higiene e bom gosto. E assim António Ferro aconselhava, através dos seus serviços, a servir uma gastronomia regional, a utilizar mo-

biliário português, a atribuir aos hóspedes um atendimento personalizado, e a praticar tarifas não demasiado elevadas. Além disso, recomendava evitar luxos despropositados, devendo-se manter Portugal como um destino turístico saudável, espontâneo e campestre, e com um carácter lírico e familiar. Assim, em 1942, foi inaugurada a primeira pousada em Elvas (Santa Luzia) – tendo-lhe sucedido mais seis unidades (Amarante, Serém, S. Brás de Alportel, S. Martinho do Porto, Santiago do Cacém e Manteigas). Na década de cinquenta seriam reclassificadas trinta e duas pousadas, o que ilustra bem o respetivo sucesso indiscutível. Pode dizer-se que o turismo é para António Ferro uma das preocupações ligadas à ideia de que havia que apresentar Portugal como um país estável, pacífico e acolhedor – num mundo de incerteza, que rapidamente iria lançar-se na mais sangrenta das Guerras, com uma terrível sucessão de violências e de destruições. O mais curioso, porém, é notar o pormenor das preocupações de António Ferro, consciente de que haveria que mobilizar o país para uma tarefa difícil, mas necessária. Sobre a atitude a adotar, disse um dia: «no momento em que o hóspede deixar de ser tratado pelo nome mas pelo número do quarto que ocupa, estaremos completamente desviados do espírito das pousadas»...

Quando hoje folheamos a revista «Panorama» (Revista Portuguesa de Arte e Turismo), criada em 1941, fica-nos uma dupla sensação – a da grande qualidade gráfica e a da presença de um conjunto de artistas com reconhecimento geral, sobretudo quando nos reportamos à fase inicial, em que António Ferro tem uma significativa margem de manobra na capacidade de atrair os melhores artistas do momento. Deste modo, a revista procurava ser uma montra ou um repositório do que deveria ser um novo imaginário nacional, representado nas realizações turísticas. As ilustrações de Bernardo Marques, Emmérico Nunes, Ofélia Marques, Paulo Ferreira, Manuel Lapa, Eduardo Anahory ou Júlio Gil marcam a identidade da revista. Para Ferro, seria importante apostar na vertente das artes. E diz: «Enganam-se os homens de ação (...) que desprezam ou esquecem as belas-artes e a literatura, atribuindo-lhes uma função meramente decorativa (...). A política do Espírito (Paul Valéry acaba de fazer uma conferência com o mesmo título) não é apenas necessária, se bem que indispensável em tal aspeto, ao prestígio exterior da nação: é também necessária ao seu prestígio interior, à sua razão de existir».

Não por acaso, o Secretário da Propaganda Nacional vai buscar um título muito prestigiado para a nova revista – nem mais nem menos do que o do órgão da Sociedade Propagadora de Conhecimentos Úteis, que fora dirigida por Alexandre Herculano a partir de 1837, contando com a participação das principais figuras culturais portuguesas da época, como António Feliciano de Castilho, Oliveira Marreca, Camilo Castelo Branco... Lembremo-nos que a revista romântica apresentava um mote «positivo, otimista, apaziguador, apelando ao entendimento entre todos os liberais» - não tendo entrada os assuntos políticos... Agora os tempos eram outros e o conteúdo cultural e científico da velha revista não seria replicado no novo órgão de comunicação. No entanto, a qualidade gráfica tornar-se-ia a marca que compensaria um conteúdo essencialmente de divulgação, sobretudo centrado em iniciativas oficiais ou próximas, apesar de algumas colaborações serem assinadas por especialistas de prestígio, como Reynaldo dos Santos, João Couto, Diogo de Macedo ou Reis Santos. Indo buscar o título à mais qualificada tradição portuguesa, romântica e liberal, procurava-se articular história e modernidade. Contudo, António Ferro é, sem dúvida, quem marca a revista nas suas origens e na sua missão, nitidamente orientadas por objetivos de divulgação e propaganda, com um sentido de favorecimento económico – compreendendo a importância crescente do turismo no mundo – e, simultaneamente, de promoção do regime político. Os sucessores de Ferro seriam, aliás, essencialmente continuadores do projeto, no entanto, sem carácter inovador. Referimo-nos a António Eça de Queiroz, José Manuel da Costa, Eduardo Brazão, César Moreira Baptista e Pedro Feytor Pinto.

Quando hoje regressamos à memória histórica da revista, temos de compreender a sua natureza e o facto de o seu fundador ter entendido a importância da ligação entre o turismo e a cultura. Essa compreensão conduz, naturalmente, a que seja a fase inicial a mais interessante da vida do magazine, uma vez que estamos perante a sua natureza precursora e o ativismo do seu fundador. Como afirma Reis Torgal, A. Ferro é, sem sombra de dúvidas, um «intelectual do Estado Novo», como o foram D'Annunzio, Marinetti ou Gentile em Itália, supondo esse conceito «um certo nível de produção e intervenção cultural e uma problematização de conceitos, servidos por uma boa leitura, mais ou menos complexa ou simples, de obras e de autores, de estéticas, de sociedades, de políticas e de religiões». E é esse perfil que nos permite hoje debruçarmo-nos sobre a originalidade e a importância do seu papel, fora de juízos de valor ideológicos, que pecariam sempre por anacrónicos. E que visa o ativismo de António Ferro?

Valorizar o que os portugueses tinham para dar. E o seu percurso pessoal e intelectual não permite fechar-se numa lógica provinciana. Dir-se-ia que há um culto paradoxal da lógica nacionalista – já que, defendendo-a, não esquece o cosmopolitismo que os modernistas representam. Essa coexis-

tência de fatores diferentes nota-se na revista «Panorama», em que a estética moderna vive paredes meias com a tradição e a lógica conservadora. O folclore, a aldeia mais portuguesa de Portugal, a simbologia popular não deixam de ser cultivados com as audácias de quem não esquecia a participação na aventura de «Orpheu».

O jornalista de outrora não esquecia o que dissera um dia nas termas de Vidago, sobre quem jamais conseguiria divertir-se, levando consigo uma «apagada e vil tristeza» «em que a raça se afunda, que dá a Portugal uma atitude sonâmbula, mediúnica, que espectraliza os seres em árvores, que dá às árvores uma expressão humana». Do mesmo modo, não esquecia a «povoação abandonada, suja, uma terra maldita, uma terra de farrapos, de gatos lazarentos, de mendigos torpes, de crianças que são chagas», a propósito de Moledo do Minho… Como poderia haver turismo nessa vil tristeza, nesse abandono ou entre tais farrapos? Mas também lembrava o que dissera de José de Almada Negreiros quando o apresentou no dia em que leu em público a genial «Invenção do dia claro»: «Imaginário quer dizer, para mim, um profissional do Sonho, aquele que desenha imagens no papel, Ingres da Alma»… E não dissera de Mário de Sá-Carneiro: «quando aqueles que se esquecem dele estiverem todos esquecidos, Mário de Sá-Carneiro será lembrado»? Afinal, tal como os seus companheiros de «Orpheu» tinham desejado culturalmente, haveria que abrir portas ao Imaginário.

Se virmos o pensamento de António Ferro sobre o turismo, há uma premonição sobre a importância futura dessa indústria – apesar da guerra mundial parecer contradizer essa tendência inexorável. O tempo longo veio a confirmar a intuição do intelectual, desmentindo, porém, a lógica autárcica… Só uma economia aberta e não protecionista poderia favorecer a livre circulação dos turistas… Havia uma inteligência fina que antecipava as grandes tendências, mas descria agora dos ideais republicanos que abraçara outrora – preferindo a mão dura de um Estado forte. Percebe-se, contudo, como a personalidade irrequieta do fundador da nova revista era complexa e contraditória. E essas características permitiram antecipar a tendência dos factos e antever o desenvolvimento da ligação indelével entre cultura e turismo…

Nota Biográfica

Presidente do Grande Conselho do Centro Nacional de Cultura e Administrador Executivo da Fundação Calouste Gulbenkian.

Coordenador Nacional do Ano Europeu do Património Cultural 2018

Licenciado e Mestre em Direito. Professor Universitário Convidado

Doutoramento Honoris Causa pela Universidade Lusíada

Doutoramento Honoris Causa pela Universidade Aberta

Doutoramento Honoris Causa pelo Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas - ISCSP (12 de Outubro 2016)

Foi Presidente do Tribunal de Contas (2005-2015). Nos Governos de Portugal foi, sucessivamente, Secretário de Estado da Administração Educativa (1995-1999), Ministro da Educação (1999-2000), Ministro da Presidência (2000-2002) e Ministro das Finanças (2001-2002). Foi Presidente da SEDES - Associação para o Desenvolvimento Económico e Social (1985-1995) e Vice-Presidente da Comissão Nacional da UNESCO (1988-1994). Foi Presidente da Comissão do Conselho da Europa que elaborou a Convenção de Faro sobre o valor do Património Cultural na sociedade contemporânea [Faro, (Portugal) 27 de Outubro de 2005]. Foi Presidente da EUROSAI – Organização das Instituições Superiores de Controlo das Finanças Públicas da Europa (2011-2014) e Presidente do Conselho de Prevenção da Corrupção (2008-2015).

Autor de diversas obras, entre as quais: *Oliveira Martins, Uma Biografia* (1986); *Ministério das Finanças, Subsídios para a sua História no Bicentenário da Secretaria de Estado dos Negócios da Fazenda* (1988); *Escola de Cidadãos* (1992); *O Enigma Europeu* (1994); *Educação ou Barbárie?* (1999); *O Novo Tratado Constitucional Europeu* (2004); *Portugal, Identidade e Diferença – Aventuras da Memória* (2007; 2ª ed. 2008; 3ª ed. 2015); *Património, Herança e Memória – A Cultura como Criação*, 2009, 2ª ed. 2011; *Mounier: O Compromisso Político, de Guy Coq* (tradução e prefácio), 2012; *Na Senda de Fernão Mendes – Percursos Portugueses no Mundo*, 2014, 2ª ed. 2015.

REFLEXÕES

O Pioneirismo do I Congresso Nacional de Turismo (1936)

Licínio Cunha

Sumário

No início do século XX surgiu um movimento formado por personalidades de grande relevo na vida económica e social do país com vista a desenvolver o turismo em Portugal. Por razões de diversa ordem, das quais se destacam as políticas, o sucesso das primeiras iniciativas, embora relevantes, foi medíocre, o tempo foi passando e tardava encontrar um rumo.

Surgiu, neste contexto, a ideia de realizar um congresso que procedesse a uma reflexão e debate sobre as questões fundamentais do turismo que veio a concretizar-se em 1936. Pela qualidade e número de participantes e pela relevância das questões abordadas este congresso constitui um marco importante no processo do desenvolvimento do turismo português tendo dado origem a iniciativas cujos efeitos ainda perduram. Neste trabalho evidenciam-se os mais significativos.

Palavras-Chave: Pioneirismo, importância do turismo, organização, concepções do desenvolvimento, hotelaria, formação profissional

Abstract

At the beginning of twentieth century arises a movement developed by very important personalities in the country`s economic and social life in order to develop tourism in Portugal. On account of different reasons, from those we distinguish the political ones, the success of the first initiatives, although relevant, was mediocre and it was difficult to find a way.

In this context, come out the idea of accomplish a congress with the aim to reflect and debate the fundamental tourism questions that appeared in 1936. It was an important milestone in the process of the Portuguese tourism development because the quality and number of participants and by the relevance of the approached questions originating initiatives and ideas that still go on. In this work we show the most relevant.

Keywords: The importance of Tourism, Conceptions of Development, Hospitality, Training

1. Antecedentes e Contexto

Nas duas décadas anteriores à realização do Congresso, Portugal já tinha percorrido um caminho de notáveis iniciativas para desenvolver o turismo embora num contexto que lhe não era favorável.

Em primeiro lugar, porque as ideias dominantes para o crescimento económico apenas favoreciam a agricultura e a indústria e o turismo não era considerado como uma actividade produtiva. Aceitava-se que podia ser uma importante fonte de moeda estrangeira, mas muito poucos viam nele um factor de desenvolvimento económico. Em segundo lugar, as necessidades que o turismo satisfaz (prazer, cultura, divertimento, curiosidade, repouso), não eram tidas como verdadeiras necessidades e, em terceiro lugar, porque o turista, com hábitos diferentes, ideias avançadas e formas de ver mais abertas, era visto como um agente de transformação que punha em causa a moralidade e os valores.

É verdade que alguns ministros das finanças, que se debatiam com o drama da escassez das divisas e da dívida externa, consideravam o dinheiro dos viajantes como um meio para "pagar a diferença entre o deve e haver da balança comercial" (Andrade, 1918), mas foram alguns poucos visionários, homens viajados e esclarecidos, que foram os agentes das grandes decisões que tornaram Portugal num dos pioneiros do Turismo Mundial. Um deles, Mendonça e Costa, esteve na origem de uma das mais notáveis iniciativas que marcaram o nascimento do turismo em Portugal (a criação em 1906 da Sociedade de Propaganda de Portugal SPP); outro, Fernando de Sousa que trouxe para Portugal a realização do IV Congresso Internacional do Turismo (1910), durante o qual nasceu o primeiro organismo oficial do turismo português e, o terceiro, José de Ataíde, primeiro responsável deste organismo que, em 1912, profetizava que "os anos que vão decorrer, hão-de assistir à formidável expansão da indústria que se convencionou chamar de estrangeiros" e que "há-de chegar um dia em que as viagens estarão ao alcance de todas as bolsas e em que todo o mundo viajará" (Ataíde, 1912). Demorou tempo até que a sua visão futurologista se concretizasse mas é a realidade de hoje. Com um século de antecedência, Ataíde, teve a noção clara do fenómeno que estava a chegar não se conhecendo nenhum outro caso de previsão tao assertiva e correcta.

Por essa época o turismo limitava-se a muito poucos países mas as previsões para Portugal iam no mesmo sentido. Para Ribeiro (1910), " a corrente turística representa, sem dúvida, um auspicioso futuro para a nação" e Martinet (1914) afirmava, sem rebuços, que "Portugal virá a ser um dos primeiros países do Turismo".

Claro que a realidade de que se falava não era a mesma de hoje o que torna estas previsões ainda mais admiráveis, porque o conceito de turista era bastante mais restritivo do que o é actualmente. De acordo com Ataíde (1932) "rigorosamente o turismo consiste nas viagens por mero prazer com o fim exclusivo de gozar os encantos dos países que se visitam." Por isso as viagens de negócios não se incluíam no turismo tal como não se incluíam as pessoas que frequentavam as estâncias termais, as que passavam uma temporada numa praia ou as que visitavam parentes ou amigos que, em conjunto, representam, hoje, a maior percentagem de turistas no mundo.

Neste período, as iniciativas mais relevantes, na base da maior parte das quais esteve a S.P.P. foram, entre outras, a criação da organização oficial do turismo (Repartição do Turismo e Conselho do Turismo); o estabelecimento de carreiras regulares marítimas ligando Lisboa a Nova Iorque; as ligações diárias por combóio entre Paris e Lisboa com a intenção de trazer os centro-europeus para Lisboa e, aqui, apanharem os barcos para a travessia do Atlântico; a criação das "Casas de Portugal" em Paris, Londres e Antuérpia; a criação das Comissões de Iniciativa nas localidades de interesse turístico e a criação do Fundo de Viação e Turismo.

Com estas e outras iniciativas Portugal foi um dos pioneiros do turismo moderno: terceiro país do mundo a criar um organismo oficial do turismo, participação na Federação Franco-Hispano-Portuguesa de Sindicatos de Iniciativa e Propaganda, fundação da UIOOPT (União Internacional dos Organismos Oficiais de Propaganda do Turismo), origem remota da actual Organização Mundial do Turismo.

No domínio empresarial destacam-se três grandes iniciativas que ainda hoje perduram, pelo menos em parte, e que deram um forte impulso ao turismo português.

O primeiro grande projecto internacional foi a criação da "Estação Marítima, Climática, Thermal e Sportiva do Estoril" lançada em 1914 pelo grande empresário Fausto Figueiredo; a segunda consistiu na criação das estâncias termais de Pedras Salgadas e Vidago que embora separadas geograficamente pertenciam à mesma empresa e, a terceira deve-se a Alexandre de Almeida que em 1917 deu início à primeira cadeia hoteleira portuguesa

tendo, em 10 anos, criado uma cadeia de sete hotéis sendo dois deles dos mais belos existentes no país: o Hotel do Buçaco e o Hotel Palace da Curia.

Estas iniciativas foram desenvolvidas durante um período de grandes dificuldades o que as torna ainda mais admiráveis: entre 1914-18 a I Grande Guerra Mundial abalou profundamente a economia e a sociedade europeias e, em 1929, inicia-se a grande depressão que arrastou o mundo para o caos económico só começando a sair dele em 1935. O turismo, que iniciava os primeiros passos, sofreu um enorme colapso: segundo os cálculos da Sociedade das Nações as receitas geradas pelo turismo internacional caíram 65,2% em quatro anos.

2. Questões mais relevantes do Congresso

2.1 Razões da realização do Congresso

Apesar das grandes iniciativas referidas, os resultados alcançados ficavam aquém do esperado e o entusiasmo inicial foi esmorecendo. Nos anos vinte o turismo entrara no marasmo e "o auspicioso futuro que ele traria para a nação" tardava a chegar. No dizer de um desalentado congressista as realizações estavam "muito longe das ambições iniciais e o turismo não é mais do que uma indústria pálida, indecisa e anémica que tem vivido a vida artificial e hesitante das coisas fadadas para a melancolia e para a tristeza".

Era um retrato desolador e pessimista mas, além das citadas a nível mundial, havia razões a nível nacional que teriam levado à situação descrita.

Em primeiro lugar, a grande instabilidade política e a agitação social: entre 1910 e 1926 os governos sucediam-se a ritmo alucinante durando, em média, apenas quatro meses. Em 16 anos, houve 47 governos, um dos quais com a duração de apenas 15 dias e, outro, que não chegou a durar um dia e, nesse dia, tomaram posse dois governos diferentes.

Em segundo lugar, as sucessivas mudanças na organização oficial do turismo revelaram-se improfícuas, nefastas e conduziram à perda de dinamismo e à incapacidade de gerar as condições essenciais exigidas para o desenvolvimento do turismo. em terceiro lugar, a descoordenação das acções que exigiam uma grande coordenação de esforços como, por exemplo, a proliferação das Comissões de Iniciativa que se foram desenvolvendo ao acaso. Em quarto lugar, a inépcia da iniciativa privada que, com raras excepções, estava longe de se interessar pelo turismo ou desconhecia as suas exigências.

A ideia da realização do Congresso nasce justamente da necessidade que se sentia de repensar tudo: proceder a uma ampla reflexão e debate sobre as questões fundamentais da actividade.

"Verdadeiros Estados Gerais do Turismo Português", no dizer de Garcia, seu presidente, o I Congresso Nacional de Turismo realizou-se entre 12 a 16 de janeiro de 1936 com "o objectivo de proceder à análise do que fora até então feito e o que faltava fazer para desenvolver e aperfeiçoar essa grande indústria moderna que é o turismo". (Gracia, 1936). Os seus trabalhos distribuídos por cinco secções a que foram submetidas 76 comunicações, antecipadamente impressas, sobre temas tão variados como a organização oficial do turismo, as aspirações regionais, vias de comunicação e acesso, hotelaria, atracções, higiene, ensino, desportos ou culinária, entre outros.

Na impossibilidade de fazer referência a todas as questões, algumas de reduzido interesse e outras pouco realistas, abordar-se-ão apenas as grandes questões que resultam das posições assumidas em relação aos principais problemas.

2.2 Importância atribuída ao Turismo

No discurso inaugural, Roque da Fonseca, começa por precisar que "estamos perante a mais importante de todas as nossas indústrias porque é exclusivamente nacional, dispõe de matéria-prima excelente, variada e inesgotável, engloba muitas indústrias e pode empregar centenas de milhares de indivíduos (Fonseca, 1936). Considera, porém, que a sua importância vai para além dos valores materiais porque pode trazer, além fronteiras, vantagens de ordem moral nelas se incluindo as de mostrar "as virtudes da raça portuguesa", ideia que viria mais tarde a ser retomada por António Ferro que considerava o turismo como "um alto factor de propaganda nacional".

Numa época em que se exacerbavam os nacionalismos não se coíbe de proclamar "que não se deve sequer pensar que o nosso país possa enveredar por uma política de estreito nacionalismo, de inadmissível isolamento, que levaria ao absurdo e à ruina". Assumia-se contra a corrente política dominante porque sabia que o turismo é abertura e modernidade.

Vários oradores, ao pronunciarem-se sobre a importância do turismo afirmavam que "é uma grande fonte de riqueza nacional" ou uma das maiores fontes de prosperidade nacional. Não havia dados que permitissem avaliar

essa fonte, mas Garcia, calculava que o turismo poderia proporcionar 800 mil libras de receitas.

2.3 Organização do Turismo

Uma das causas de inépcia a que se chegara era a da organização do turismo que já não correspondia "às exigências da vida moderna e, portanto, era um assunto que acima de todos tem de merecer as atenções do congresso" (Fonseca, 1936).

Foi, de facto, assunto tratado por vários congressistas todos propondo a criação de um organismo central adstrito à Presidência do Conselho dada a interdependência que o turismo mantém com todos os serviços públicos. "Nada se fará de útil sem a criação de um Comissariado do Turismo" ao qual incumbiria a elaboração de um código de Turismo e um Plano Nacional de Turismo (Figueiredo, 1936). O Comissariado veio a ser criado 30 anos depois e o primeiro Plano Nacional de Turismo iniciou-se 50 anos mais tarde!

As Comissões de Iniciativa, criadas 13 anos antes, embora se constituíssem como "uma poderosa força para o desenvolvimento do turismo" foram-se desenvolvendo ao acaso e anarquicamente passando, com os anos, a ser pouco mais do que "Comissões de melhoramentos urbanos" (Etur, 1936) que deviam estar a cargo dos municípios.

Era, pois, necessário rever a organização local do turismo, coordenada por um organismo central.

2.4 Concepções do Desenvolvimento Turístico

Para o desenvolvimento do turismo português surgem no congresso três ideias dominantes.

A primeira, defendida por vários congressistas, era a de "renunciar à ideia ambiciosa e insensata de ombrear com os centros turísticos do mundo devendo concentrarmo-nos com a criação de centros de irradiação" donde partiriam excursões para outros pontos do país e assim criar um movimento através de todo o território nacional" (v.g. Spratley, 1936).

Para alguns, o centro de irradiação por excelência era o Estoril mas havia quem defendesse o desenvolvimento de quatro centros: Lisboa, Coimbra, Porto e Praia da Rocha.

A segunda ideia era a de basear o desenvolvimento turístico no turismo doméstico porque para garantir o êxito do turismo exterior era preciso assentar em bases sólidas e numa cuidadosa preparação. O turismo internacional tinha exigência cuja satisfação não está nas "nossas posses" e, por isso, a política turística deveria começar pelo fomento do turismo doméstico. Era uma ideia inovadora porque as viagens dos nacionais no interior do país só viriam a ser incluídas no turismo em 1963, pela ONU.

A terceira ideia relaciona-se com o urbanismo. Denunciava-se uma autêntica anarquia urbana em que "tudo é feito ao acaso, com construções feitas ao sabor das mais disparatadas concepções, pelo que "a liberdade de construir deve ser coarctada embora isso muito custe à coorte dos gaioleiros que se inventam no país" (Landeiro, 1936). Em consequência as estâncias turísticas deveriam ser projectadas e organizadas segundo as técnicas de turismo estabelecendo regras para a sua urbanização. Defendeu-se mesmo que deveriam ser criados "forais do turismo" das estâncias, verdadeiras cartas de privilégio que definissem o desenvolvimento em harmonia com as condições naturais e a classificação legal (Etur, 1936).

2.5 Problemas da Hotelaria

A carência de hotéis e a sua má qualidade eram o principal obstáculo apontado ao desenvolvimento do turismo. A apreciação que deles foi feita no Congresso foi contundente: eram "verdadeiras espeluncas onde falta tudo menos o desconforto e o desprezo mais considerável pelo que à higiene e ao asseio respeita (Martins, 1936). Era raro encontrar camas que proporcionassem as comodidades que se encontram no estrangeiro e "em parte alguma se come tal mal como nos hotéis portugueses".

Em consequência reclamava-se o estabelecimento de conveniente hierarquia marcando as directrizes orientadoras da respectiva classificação e que os hotéis deveriam incluir na sua diária, graciosamente, "digamos dois banhos por semana e que os hotéis de luxo passassem a ter 75% dos quartos com banho privativo porque só eram obrigados a ter 50% (Martins, 1936).

2.6 Formação Profissional

A formação profissional foi uma das preocupações da SPP que, em 1908, criou um curso para empregados de hotéis na "Casa Pia" que durou pouco tempo. Em 1931 houve uma tentativa de pôr a funcionar, na mesma instituição um curso de gerentes de hotéis e restaurantes mas não chegou a funcionar.

Não admira, pois, que no Congresso se denunciasse o mau serviço, falta de educação dos "criados de mesa" e a "falta de urbanidade no trato". Daí que o tema tivesse sido amplamente debatido e proposta a criação de cursos de turismo nas escolas industriais.

2.7 Outras Novas Ideias

a) Pousadas

O congressista Francisco Lima, entendendo que algumas regiões do país, com admiráveis paisagens, não eram visitadas por falta de alojamento, propôs que nelas fossem construídas instalações "simples, económicas e de irrepreensível limpeza, de cunho nacional e regional, com 4 a 10 quartos e com todas as comodidades". Designou-as por Pousadas e propôs a sua urgente criação nos pequenos centros de interesse monumental, histórico ou artístico, começando por Óbidos (Lima, 1936).

Outro congressista (Luiz Teixeira) apresentou a mesma ideia com a mesma designação e a ideia frutificou vindo a primeira Pousada a ser inaugurada em 1942 (Elvas).

b) Proto – enoturismo

Na época, tal como agora, muitos dos turistas que visitavam o Porto também visitavam os "armazéns do vinho" de Vila Nova de Gaia. A época das vindimas também atraía visitantes à região do Douro que, certamente, aumentaria, se houvesse hotéis que permitiriam as visitas noutras épocas para admirar as "suas extraordinárias paisagens" e que constituem um espectáculo "como não há outro igual na Europa". Sugeria-se, ao mesmo tempo, que o vinho do Porto e a região do Douro deveriam ser associadas à "propaganda de Portugal" (Perfeito, 1936).

Alguns anos mais tarde, Batalha Reis foi lançando os "Roteiros do Vinho" mas a exploração do turismo ligada ao vinho (Enoturismo) só nos nossos dias passou a constituir um produto turístico.

c) Cursos de Férias

Uma das ideias mais inovadoras e, provavelmente, mais inesperadas, apresentadas no congresso, foi a da realização, pelas universidades portuguesas, de cursos de férias. Segundo o seu autor a "função turístico-cultural dos cursos de férias" compreenderam-na há muito lá fora os governos e, para ele, o valor destes cursos é uma obra de atracção forasteira evidente: "aumenta os que viajam para enriquecer o espirito e procurar conhecer a língua, a literatura, a história e observar os monumentos, as paisagens e a cultura" (Correia, 1936). A Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra já os tinha iniciado mas a sua realização generalizada é da nossa época e vemos, agora, como movimentam milhares de jovens mas, nem sempre, se tem a noção da sua "função turístico-cultural" que, há 80 anos, foi proclamada.

3. Conclusão

De entre as 76 comunicações apresentadas no Congresso destacaram-se as questões mais relevantes mas muitas das ideias estavam fatalmente a continuar "fadadas para a melancolia e tristeza": nesse mesmo ano começou a Guerra Civil em Espanha e mal esta terminou começou a II Guerra Mundial. As entradas de estrangeiros em Portugal caíram de 51 mil em 1936 para 28 mil em 1945 e os tempos não eram de feição para dar importância ao turismo.

Seja como for, o I Congresso Nacional do Turismo fica na história do turismo português como a maior jornada de reflexão que sobre o turismo se realizou em Portugal entre 1900 e 1963 e a maior homenagem que se pode render aos seus organizadores e participantes é a de não esquecer as ideias e realizações a que deu origem, algumas das quais, continuam válidas ainda hoje.

Bibliografia

ANDRADE, Anselmo, 1918, *Portugal Económico, Theoria e Factos*. Nova edição em dois tomos. Coimbra, F. França Amado, Editora

ATAÍDE, José de, 1912, *Relatório das Actividades dos Serviços da Repartição do Turismo do Ministério do Fomento. Setembro 1911 a Junho 1912*

ATAÍDE, José de, 1932, Algumas notas sobre o Turismo em Portugal. *Turismo Anuário*, 1033-34, 1935-36, 2ª edição

CORREIA, Dr. João da Silva, 1936, *Os Cursos de Férias e o Turismo*. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

ETUR, Dr. Augusto Frazão, 1936, *Forais de Turismo*. I Congresso Nacional de Turismo, Lisboa

FERRO, António, 1943, *Turismo, Fonte de Riqueza e Poesia*

FIGUEIREDO, Fausto de, 1936, *Organização de Turismo*. I Congresso Nacional de Turismo, Lisboa

FONSECA, Joaquim Roque de, 1936, *O Turismo e a Economia Nacional*. Discurso Inaugural do I Congresso Nacional de Turismo em 12 de janeiro no salão Nobre da Câmara Municipal de Lisboa, Lisboa

GARCIA, José da Penha, 1936, *Algumas Bases para a Organização do Turismo em Portugal*. I Congresso Nacional de Turismo, Lisboa

LANDEIRO, Dr. Fausto, 1936, *A Higiene Base Essencial do Turismo*. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

LIMA, Francisco de, 1936, *Pouzadas*. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

MARTINET, H., 1914, *Estação Climática, Thermal e Sportiva do Estoril*

MARTINS, Teotónio Carlos, 1936, *O Problema Hoteleiro em Portugal*. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

PERFEITO, J.C., Valente, 1936, O Vinho do Porto, Cartaz de Portugal. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

RIBEIRO, Victor, 1910, *Influência da tradição monumental e local no desenvolvimento do turismo no paíz (Tese extra P.)*, Grande Congresso Nacional de Lisboa, 1910, Memória apresentada pela Real Associação dos Archeólogos Portugueses, Casa da Moeda

SPRATLEY, Ricardo, 1936, *Organização do Turismo em Portugal*. I Congresso Nacional do Turismo, Lisboa

Nota Biográfica

Licínio Cunha foi Professor Catedrático convidado da Universidade Lusófona onde dirigiu o Departamento de Turismo, que criou.

A maior parte da sua actividade profissional foi exercida na actividade bancária tendo sido administrador de 2 dos maiores Bancos portugueses e de outras instituições financeiras mas a sua ligação ao turismo data de 1964 ano em que ingressou nos quadros da então Direcção de Serviços do Turismo.

Na área do Turismo a que esteve sempre profundamente ligado foi secretário de Estado do Turismo nos IV, V, X e XI governos Constitucionais e administrador de empresas turísticas como a ENATUR (de que foi fundador), da LUSOTUR e Marinóteis. A nível internacional foi presidente da Comissão Económica da Federação Internacional do Termalismo e Climatismo e administrador da European Financial Marketing Association e membro do Comité Económico e Social da União Europeia.

Tem várias obras publicadas sobre o turismo nomeadamente a *Introdução ao Turismo* (5 edições), *Economia e Política do Turismo* (3 edições), *Perspectivas e Tendências do Turismo* e *Turismo em Portugal: Sucessos e Insucessos.*

REFLEXÕES

Integridade *vs.* Adaptabilidade? Uma reflexão sobre a utilização hoteleira do património edificado em Portugal

Luís Boavida-Portugal

Resumo

O papel que pode desempenhar o património edificado na sociedade actual, designadamente no que concerne ao seu uso turístico, é abordado na perspectiva das políticas dirigidas à intervenção sobre os bens e das ideologias que lhes são subjacentes. Se a sustentabilidade actual do património está ligada ao seu uso para fins socialmente relevantes e economicamente viáveis – o que implicará algum grau de adaptação –, quais são os "limites da mudança aceitável"? Neste contexto, discute-se o aparente antagonismo entre a defesa da integridade dos valores patrimoniais e a necessidade de alterações, com vista a acolher novos programas funcionais. Usando como referência a reabilitação para a hotelaria, aponta-se uma linha da evolução conceptual da intervenção no património edificado que, com respeito pela identidade mas sem ambiguidades, promove a criação de valor e a sua plena apropriação pela sociedade.

Abstract

The role that built heritage can play in today's society, in particular as regards its touristic use, is approached from the perspective of policies aimed at intervention on the goods and their underlying ideologies. If the current sustainability of heritage is linked to its use for socially relevant and economically viable purposes, which will imply some degree of adaptation, what are the "limits to acceptable change"? In this context, we discuss the apparent antagonism between the defense of heritage values' integrity and the need for changes, in order to accommodate new functional programs. Using as reference rehabilitation for the hotel industry, a path of conceptual evolution on the intervention on built heritage is shown, which, with respect for identity but without ambiguities, promotes the creation of value and its full appropriation by society.

Prólogo

Nas intervenções sobre o património arquitectónico, as Pirâmides do Palácio do Louvre expressam os traços essenciais de um novo paradigma, pelo diálogo do novo com o antigo e a abertura de novas possibilidades de utilização pública, inaugurando uma nova etapa na vida do monumento, mas também alimentando as polémicas que este modelo de abordagem suscita. Não sendo, certamente, o primeiro exemplo da adição de uma linguagem e de soluções construtivas contemporâneas a um monumento histórico, a obra do arquitecto Ieoh Ming Pei[1], concluída em 1989, teve um impacto extraordinário na maneira como vemos este tipo de intervenções. De certo modo, culmina um período de grande evolução doutrinária na ideologia da intervenção no património arquitectónico, lançada no início dos anos 70 com a Convenção de Split e muito aprofundada no âmbito do Ano Europeu do Património Arquitectónico em 1975. Se ainda hoje, já com tempo suficiente para a assimilação, a ousadia do gesto criativo nos impressiona, lembremo-nos da polémica à época, entre os que viam o sinal de uma nova relação com o património arquitectónico e os que se indignavam com a profanação de um dos mais venerados monumentos europeus.

1. Património cultural edificado, ou património arquitectónico

Podemos considerar o património cultural edificado, e mais especificamente o património arquitectónico, como o conjunto dos valores construídos destinados ao uso social, identitários de uma comunidade e de um território, representativos de épocas históricas e contextos sociopolíticos relevantes, que se distinguem essencialmente por razões artísticas, tecnológicas ou simbólicas.

Pela sua natureza estes valores são escassos e preciosos, estão em risco, sob ameaça de degradação e impõem-nos a responsabilidade de agir para a sua preservação e para a sua transmissão às gerações futuras, em condições de autenticidade e integridade. A necessidade de acção regular para assegurar estes objectivos, por oposição à ideia romântica de que o destino natural do património seria a ruína (Bradley, 1995), está na base da política do património edificado desde o início do século XX.

A defesa da integridade é, pois, um conteúdo essencial nas acções relativas ao património arquitectónico. Detenhamo-nos sobre este valor da "integridade": o que se pode entender por integridade no domínio do património arquitectónico?

As dificuldades começam aqui, onde está a integridade – no sentido da continuidade das suas características identitárias essenciais – de edifícios que, pela sua longa vida e pelas dinâmicas sociais, culturais e de uso, foram sendo sucessivamente alterados?

A questão colocou-se logo no séc. XIX com Ruskin, Viollet-le-Duc e Gilbert Scott, e depois com muitos outros, como C. Boito e A. Riegl, e teve grande influência nas actuações sobre o património (Choay, 1992; Graham, Ashworth & Tunbridge, 2016).

Na discussão relativa à integridade, importa examinar as actuações que a suportam, e os seus limites. Quanto às actuações sobre o património edificado marcadas pelos objectivos da defesa da integridade, temos no domínio das acções físicas, a Conservação, que vai da Manutenção ao Restauro. Aqui se colocam novamente as questões do conceito de integridade, por exemplo com a teoria do restauro crítico de Cesare Brandi (Brandi, 2006; Kühl, 2007). No mesmo quadro de objectivos inscrevem-se ainda os regimes legais de Protecção, com o conjunto de restrições e deveres impostos à gestão do património, em nome do interesse colectivo.

No entanto, se atendermos ao papel que o património edificado deve desempenhar nas sociedades contemporâneas, no sentido de uma maior apropriação pelas comunidades, a qual constitui a base para a sua própria sustentabilidade, concluímos que o exclusivo enfoque na defesa da integridade cedo revela os seus limites. Como já refere a Carta Europeia do Património Arquitectónico, "*the future of the architectural heritage depends largely upon its integration into the context of people's lives*"[2].

2. O uso como elemento central na Arquitectura

Importa trazer para a discussão o conceito de "programa funcional" e o seu papel central na Arquitectura: trata-se do conjunto organizado de funções e actividades – incluindo as relações estabelecidas entre elas – a que o edifício irá dar resposta, ou seja, a razão da sua concepção e a sua finalidade última.

Embora a Arquitectura seja uma disciplina complexa, que integra também dimensões sociais, territoriais, tecnológicas, estéticas e simbólicas, os pro-

1 http://www.bc.edu/bc_org/avp/cas/fnart/fa267/pei.html

2 http://www.icomos.org/en/charters-and-texts/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/170-european-charter-of-the-architectural-heritage

gramas funcionais e o valor de uso são, assim, indissociáveis da sua própria natureza.

Porém, os programas funcionais, e os próprios requisitos associados às funções – o seu perfil, ou padrão – não são estáticos no tempo e no espaço. No quadro que nos interessa, o da sua evolução ao longo do tempo, um exemplo simples será a função habitacional: os requisitos desta no passado são totalmente diversos dos actuais. Por sua vez, outras funções deixam de fazer sentido social, económico ou territorial, como é o caso de fortificações, edifícios de culto, ou outros. Este fenómeno, dito de obsolescência funcional, atinge o âmago dos edifícios históricos.

Portanto, edifícios concebidos num certo tempo para responderem a determinado programa funcional e ao seu perfil à época, ou seja, desempenharem um certo papel, ao perdurarem não acompanham a dinâmica dos usos e dos programas funcionais, colocando em questão o sentido da sua utilidade social e económica.

Numa perspectiva de continuidade, a actualização dos padrões funcionais ou a introdução de novos programas devolve sentido e valor de uso ao património arquitectónico e consolida o seu papel na sociedade actual. Daqui decorre que a sustentabilidade do património e a sua integração no contexto da sociedade estão ligados à sua utilização para fins socialmente relevantes e economicamente viáveis (Boavida-Portugal, 2004). Dito de outra forma, uma estratégia perante a obsolescência funcional passa por redesenhar os programas e introduzir nos edifícios antigos funções que potenciem o valor de uso.

Mas a questão dos novos programas funcionais – ou da actualização de *standards* dos programas funcionais originais – traz consigo a necessidade de adaptar a estrutura física dos edifícios e coloca o problema de qual a expressão arquitectónica desta adaptação.

Quando se trata da reafectação funcional do património edificado, um dos mais acesos debates é o do partido estético, da expressão formal das intervenções necessárias e da sua articulação com os elementos identitários pré-existentes. Habitualmente, este debate oscila entre os pontos extremos do mimetismo e da ruptura formal, sendo que a doutrina há muito preconiza o assumir de marcas contemporâneas na intervenção (Jokilehto, 1999).

A articulação das linguagens do novo e do antigo e os riscos, ou os sacrifícios, para a integridade do património edificado que a introdução de novas funções comporta, colocam a *integração* das intervenções como uma questão crítica nesta problemática. Note-se que para muitos públicos, sobretudo os menos familiarizados com a teoria da Arquitectura, as marcas da contemporaneidade são chocantes no património edificado, preferindo-lhes o conforto do *pastiche*.

3. A adaptabilidade, capacidade de acomodar os efeitos da mudança

A defesa da integridade do património edificado baseia-se na continuidade dos elementos identitários, enquanto a reafectação funcional impõe a capacidade de adaptação[3], com alterações de maior ou menor escala. Estabelece-se assim uma tensão entre duas linhas de pensamento e acção – integridade *vs*. adaptabilidade – sendo que a própria capacidade dos edifícios acomodarem a mudança é variável e, de certa forma, reflecte a sua resiliência.

A adaptabilidade do edificado releva do papel do património na sociedade actual –"da integração no contexto das nossas vidas" (*vd*. Carta Europeia do Património Arquitectónico) – mas importa avaliar qual a sua sensibilidade à mudança, essa capacidade variável dos edifícios em acomodar alterações funcionais. Novos programas, ou novos *standards*, implicam alguma adaptação física do edificado, mas quais são os limites que estamos dispostos a aceitar nestas alterações? Até que ponto as alterações comprometem a identidade, e quais os edifícios em que, pela sua raridade ou representatividade, a defesa da integridade – o que quer que ela seja – se deve sobrepor ao valor de uso? Um conceito muito usado para o património natural, por exemplo na gestão das áreas protegidas, o dos *limits of acceptable change* pode ajudar-nos neste conflito, sendo que a avaliação será necessariamente variável em cada caso.

Interessa aqui uma breve referência ao que, no que toca à expressão formal das intervenções, podemos referir como a ideologia das actuações sobre o património edificado, ao modo como tem evoluído esta abordagem do ponto de vista doutrinário. Salientando apenas alguns textos de referência, encontramos já na Carta de Veneza, de 1964 "*… tout travail de complément reconnu indispensable pour raisons esthétiques ou techniques relève de la composition architecturale et portera la marque de notre temps*".

3 Referido na bibliografia em língua inglesa como *adaptive reuse*.

Mais tarde, a Carta de Cracóvia, de 2000, recomendava assumir vocabulários arquitectónicos actuais nas intervenções de reabilitação, sempre que "necessário para o adequado uso do edifício". Por sua vez, no que concerne às cidades históricas, a Carta de Washington, de 1987, referia que "a introdução de elementos de carácter contemporâneo, desde que não perturbem a harmonia do conjunto, pode contribuir para o seu enriquecimento" (Boavida-Portugal, 2003).

O instrumento metodológico que serve a procura da adaptabilidade é a Reabilitação. Está em causa um conjunto de acções que visam a reposição da capacidade funcional dos edifícios, que procuram voltar a torná-los hábeis, aptos para desempenhar eficazmente uma função. A Reabilitação, como actuação dirigida à adaptabilidade e destinada a acomodar alterações funcionais, difere fundamentalmente da Conservação porque necessariamente não se restringe aos limites da integridade. Na sua prática incide e manifesta-se sobre as condições clássicas da Arquitectura – *firmitas*, *utilitas*, *venusta* (Boavida-Portugal, *op. cit.*) – acrescentando novas formas, espaços e significados, assim, de algum modo, reinventando os edifícios.

4. Os programas funcionais hoteleiros e as suas exigências

A concepção de hotéis segue um programa funcional complexo, sendo uma tipologia de edifícios com múltiplos espaços e actores, caracterizada pela diferenciação público / serviço e com necessidades funcionais específicas. Estão aqui presentes aspectos de identidade e simbolismo, mas também de valorização da experiência da estadia, bem como imposições tecnológicas e construtivas próprias do tempo actual. Os regimes legais que enquadram a sua construção e funcionamento impõem requisitos exigentes, apesar da legislação portuguesa tradicionalmente considerar a dispensa pontual de alguns, em casos de reabilitação para uso hoteleiro de edifícios com valor patrimonial.

A construção e o equipamento de hotéis constituem investimentos vultuosos e a longo prazo, que implicam a necessidade de rentabilização e uma grande atenção na eficácia e eficiência da exploração.

Até há bem pouco tempo era reduzida entre nós a utilização destes programas no património edificado, ou seja, a Reabilitação para uso hoteleiro, com excepção das Pousadas, que sempre tiveram esta actuação na sua natureza. Num país de vocação turística, com grande riqueza patrimonial edificada e com manifesta dificuldade em assegurar a sustentabilidade desse património, as razões para esta omissão devem ser procuradas em duas linhas: por um lado, nas dificuldades que se colocam ao projecto, no acomodar de programas tão exigentes em estruturas concebidas para outras finalidades; por outro, na dificuldade dos regimes de protecção e da prática das entidades tutelares do património em lidar com a tensão entre a integridade e a adaptabilidade.

De facto, uma visão defensiva e excessivamente centrada na integridade dos elementos patrimoniais, sem grande atenção ao valor de uso e à sustentabilidade que dele decorre, bloqueou durante décadas a aplicação de experiências já ensaiadas noutros países e contribuiu para o abandono e a ruína de boa parte do nosso património edificado. As excepções criativas das Pousadas deveram-se muito à iniciativa pública destes projectos, eximindo a sua promoção de mecanismos de licenciamento punitivos e permitindo um campo de experiências de Reabilitação que traçou um caminho pioneiro.

A concluir, é este caminho e a evolução que ele comporta que interessa aqui ilustrar.

5. Ilustrar a adaptabilidade do património em Arquitectura hoteleira

Como nota prévia, refira-se que a alteração da paisagem urbana das áreas centrais das cidades portuguesas, com o abandono, a degradação e a substituição do edificado, teve especial expressão nos quarteirões da Lisboa oitocentista e das primeiras décadas do século XX. Por razões sociais e económicas, mas também pela incapacidade em gerir a mudança, perderam-se centenas de edifícios que, embora sem valor individual notável, formavam no seu conjunto uma parte importante da identidade urbana.

Com a pressão económica sobre o imobiliário, e uma vez instituída a aversão intelectual ao "fachadismo", a demolição e substituição por novos edifícios incaracterísticos foi o destino comum, com a excepção de algumas tentativas de "reabilitação", muitas de resultado questionável. Recentemente, passou a considerar-se aceitável em muitas áreas a alteração profunda de interiores, com a manutenção de fachadas e o aumento de cérceas, por modificação das coberturas com soluções contemporâneas. Tal veio ajudar a viabilização económica das intervenções e permitir uma nova vida para este património. A hotelaria tem estado representada nes-

ta dinâmica, como por exemplo no Hotel Vintage Lisboa, inaugurado em 2010 no gaveto da Rua Rodrigo da Fonseca / Rua Barata Salgueiro / Rua do Salitre[4].

Mas foquemo-nos nas Pousadas, como elemento central deste caminho de evolução da ideologia e da prática de intervenção no património arquitectónico em Portugal (Fernandes, 1999). Sem a pretensão de esgotar a apresentação do que de bom se tem feito em arquitectura hoteleira recentemente em Portugal, alinhemos alguns exemplos para ilustrar estas reflexões sobre a adaptabilidade.

As primeiras Pousadas históricas – as que se instalam em edifícios com interesse patrimonial – adoptaram uma linguagem assumidamente mimética relativamente às pré-existências, quando não promoveram mesmo a total recriação à traça da época histórica. Pretendia-se assim a absoluta identificação com o contexto envolvente – essencialmente áreas urbanas históricas – levando o turista a não se aperceber das alterações. Este tipo de intervenção, numa linha de *pastiche*, não hesitava em criar uma ilusão de autenticidade, falseando a verdade histórica do quadro construído, embora com a pretensão de o respeitar. Ainda assim, como foi referido acima, esta abordagem era e é bem recebida, quando não mesmo a esperada, pelos seus destinatários, conscientes ou não da ficção em que são imersos. Como exemplos desta linha podemos referir a Pousada de Óbidos[5], de 1951, com projecto do Arq. João Vaz Martins, instalada no Castelo de Óbidos (séc. XII), ou a Pousada de Marvão[6], de 1967, com projecto do Arq. Alberto Cruz, instalada no Castelo de Marvão (séc. XIII).

Essencialmente a partir do início dos anos 1980 começa a afirmar-se nos projectos de Arquitectura para a instalação de Pousadas a rejeição desta metodologia, com o suporte teórico dado pela evolução doutrinária ocorrida na década de 1970 em várias instâncias internacionais com responsabilidade sobre o património edificado (Lobo, 2006).

A Pousada D. Dinis[7], de 1982, com projecto do Arq. Alcino Soutinho, instalada no Castelo de Vila Nova de Cerveira (séc. XIII), é geralmente apontada como a primeira intervenção de ruptura com a prática do mimetismo. Experiência corajosa mas muito criticada à época, em que é perceptível a influência da obra de Alvar Aalto numa nova geração de arquitectos portugueses, procurou a "integração equilibrada entre o ambiente medieval do

4 http://www.a2p.pt/portfolio/projectos/cs-vintage-lisboa-hotel
5 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/obidos/
6 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/marvao/
7 https://arquivoatom.up.pt/index.php/processos-de-obra-de-arquitetura

núcleo urbano com um corpo de características contemporâneas" (Venda, 2008, p.38).

Mais consensual, embora não menos pioneira, foi a Pousada de Guimarães, de 1985, com projecto do Arq. Fernando Távora, instalada no Mosteiro de Santa Marinha (séc. XI). Projecto de assinalável rigor formal e de procura de diálogos, é muito reconhecida a sua influência para a metodologia das intervenções de Reabilitação (Brandão, 2001).

Nos anos de 1990 generaliza-se a aplicação aos projectos de Pousadas desta nova abordagem de intervenção em contexto patrimonial, em respeito pelo monumento histórico, mas sem ambiguidades quanto à contemporaneidade das adaptações. Destaquemos quatro exemplos: a Pousada do Crato, de 1995, com projecto do Arq. João Luís Carrilho da Graça[8], instalada no Mosteiro de Santa Maria de Flor da Rosa (séc. XIV), intervenção de marcado vigor formal no volume apenso, a par de grande cuidado no monumento original; a Pousada de Arraiolos[9], de 1996, com projecto do Arq. José Paulo dos Santos, instalada no Convento de Nossa Senhora da Assunção (séc. XVI), obra de grande equilíbrio volumétrico, em que a expansão do edifício original surge numa lógica de continuidade "…não se destacando do conjunto mas sim complementando-o" (Venda, *op. cit*., p.59); a Pousada de Amares[10], de 1997, com projecto do Arq. Eduardo Souto Moura, instalada no Convento de Santa Maria do Bouro (séc. XII), intervenção de grande contenção formal, quase minimalista no lidar com a pré-existência; e a Pousada D. Afonso III[11], de 1998, com projecto do Arq. Diogo Lino Pimentel, instalada no Castelo de Alcácer do Sal (séc. XII), obra em que articulam com grande harmonia a investigação arqueológica e a criação arquitectónica contemporânea.

A par do universo das Pousadas, e certamente influenciados por este campo de experimentação, começaram a concretizar-se alguns projectos privados de arquitectura hoteleira em Reabilitação de edifícios históricos, sobretudo a partir do início do século XXI. Destes, destaquem-se: o Hotel Pestana Palace, na Ajuda, de 2001, da autoria do Arq. Manuel Tainha[12], instalado no Palácio Vale Flor (séc. XIX), projecto de génese morosa por razões de licenciamento, que acrescenta ao Monumento Nacional extensos volumes de linguagem contemporânea; e o Hotel Inspira Santa Marta, de 2005, com projecto de Promontório Arquitectos, instalado num quar-

8 http://www.jlcg.pt/additional_work/flor_da_rosa
9 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/arraiolos/
10 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/amares/
11 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/alcacer-do-sal/
12 https://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_Tainha

teirão urbano de Lisboa (séc. XIX) e que agrega vários edifícios sobre um espaço central (Gomes, 2011). Mais recentemente, e ainda nesta linha, o Hotel Palácio do Governador, de 2015, com projecto dos Arqs. Jorge Cruz Pinto e Mª Cristina Mantas, instalado na Casa dos Governadores da Torre de Belém (séc. XVI) e reconhecido com vários prémios do imobiliário turístico[13].

Regressando às Pousadas históricas, duas notas finais. Por um lado, o grande crescimento da rede nos últimos anos, sinal do sucesso que este produto tem obtido junto do público, o que vem demonstrar a boa assimilação das opções arquitectónicas de Reabilitação tomadas. Por outro, a maturidade no domínio da integração de linguagens, no diálogo com os valores patrimoniais, que os arquitectos portugueses evidenciam, bem patente nos exemplos mais recentes, como sejam a Pousada de Tavira[14], de 2006, com projecto do Arq. João Sousa Campos, instalada no Convento da Graça (séc. XVI), a Pousada de Faro[15], de 2009, com projecto do Arq. Gonçalo Byrne, instalada no Palácio de Estói (séc. XIX), ou a Pousada de Viseu[16], igualmente de 2009 e também com projecto do Arq. Gonçalo Byrne, instalada no Hospital de São Teotónio (séc. XVIII).

O Arq. Gonçalo Byrne, um dos mais notáveis arquitectos portugueses da actualidade, está, aliás, ligado a vários dos mais recentes projectos desta rede, sendo, em parceria com o Arq. David Sinclair, autor do maior e um dos últimos inaugurados, a Pousada de Cascais[17], de 2012, instalada na Cidadela de Cascais (séc. XVII). Este projecto, pela sua dimensão, polivalência e impacto local, é de algum modo síntese das experiências anteriores, num conjunto de escala quase urbana em que novos edifícios prolongam e complementam os pré-existentes. Ambiciona uma intervenção cultural que transcende a mera utilização hoteleira, afirmando-se como um pólo de acolhimento e dinamização das artes, um *Art District*.

Epílogo

Precisamente de um texto da proposta vencedora, apresentada pelo Arq. Gonçalo Byrne ao concurso público lançado em 2008 para a reabilitação da Cidadela de Cascais, do qual resultou este projecto, citemos um extracto que bem expressa a essência da Reabilitação do património arquitectónico, no sentido em que a procurámos aqui apresentar:

13 http://www.premio.vidaimobiliaria.com/candidatura/hotel-pal%C3%A1cio-do-governador
14 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/tavira/
15 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/estoi/
16 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/viseu/
17 http://www.pousadasofportugal.com/pousadas/cascais/

"Tal como um texto que descreve uma história dentro de outra, infinita e indefinidamente, a transformação ou ampliação de uma obra de Arquitectura assemelha-se à inserção de novos trechos, que reinterpretam e propõem novo sentido à narrativa".

Bibliografia

BOAVIDA-PORTUGAL, Luís (2003) *Os centros históricos numa estratégia de conservação integrada. Contributos para o estudo do processo urbano recente do centro histórico de Évora*. Tese para obtenção do Grau de Doutor em Conservação do Património Arquitectónico, Universidade de Évora

BOAVIDA-PORTUGAL, Luís (2004) As Condições de Sustentabilidade da Reabilitação Urbana. *GeoINova*, nº 10 - 2004, pp. 175-190, FCSH-UNL, Lisboa

BRADLEY, J. L. (ed.) (1995) *John Ruskin: The Critical Heritage*. New York, Routledge

BRANDÃO, Mariana Viterbo (2001) *Pousadas de Portugal: três casos de estudo: Pousada de D. Diniz, Santa Marinha da Costa e Santa Maria do Bouro*. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em História de Arte, Faculdade de Letras da Universidade do Porto

BRANDI, Cesare (2006) *Teoria do Restauro*. Amadora, Edições Orion

CHOAY, Françoise (1992) *L'Allégorie du Patrimoine*. Paris, Éditions du Seuil

FERNANDES, José Manuel (1999) *Pousadas de Portugal: obras de raiz e em monumentos*. Caminhos do Património, Lisboa

GOMES, Marta G. Teixeira (2011) *Reconversão de Edifícios Habitacionais em Lisboa. Aplicação ao Caso de Estudo das Unidades Hoteleiras*. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Arquitectura, IST-UTL, Lisboa

GRAHAM, Brian; ASHWORTH, Greg J.; TUNBRIDGE, John E. (2016) *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*. New York, Routledge

JOKILEHTO, Jukka (1999) *A History of Architectural Conservation*. Butterworth-Heineman, Oxford

KÜHL, Beatriz M. (2007) Cesare Brandi e a teoria da restauração. *PÓS* N.21, São Paulo, Junho

LOBO, Susana (2006) *Pousadas de Portugal. Reflexos da Arquitectura Portuguesa no Século XX*. Coimbra, Imprensa Universitária de Coimbra

VENDA, Cátia F. F. S. (2008) *Reabilitação e reconversão de usos: o caso das pousadas como património*. Dissertação para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitectura, IST-UTL, Lisboa

Nota Biográfica

Licenciado em Arquitectura (ESBAL, 1981), Arquitecto (OA), Mestre em Planeamento Regional e Urbano (UTL, 1987), Doutor em Conservação do Património Arquitectónico (UE, 2003), com tese na área da reabilitação urbana.

Exerceu durante mais de 20 anos actividade em profissão liberal como consultor, arquitecto e urbanista, tendo sido, nomeadamente, fundador de CPU–Consultores (1983), consultor na PARTEX–CPS (1989-1991), fundador e director técnico de INSULA–Estudos & Projectos (1987-2003).

Membro das Comissões Científicas e responsável pelos Planos de Gestão das candidaturas do sítio de Marvão (2002-04) e das Fortificações de Elvas (2009-12) a Património da Humanidade (UNESCO).

Ex-Director do Departamento de Empreendimentos e Actividades, na Direcção para a Qualificação da Oferta do Turismo de Portugal, IP (2007-2012).

Docente no ensino superior desde 1992 (INP, Universidade de Évora, Universidade Nova de Lisboa), sendo actualmente Professor Coordenador na ESHTE e membro da coordenação do Mestrado em Turismo.

Saúde e turismo: a Madeira na rota dos viajantes e doentes do século XIX

Luís Timóteo Ferreira

Resumo

A Ilha da Madeira, a par de outras estâncias do proto-turismo nascente, sobretudo as da bacia do Mediterrâneo, representou uma espécie de utopia médico-higienista baseada nas propriedades curativas e profiláticas do seu clima para o tratamento das doenças, em especial da tuberculose pulmonar, durante grande parte do séc. XIX. Inúmeros doentes de várias nacionalidades, mas sobretudo ingleses, tal a dimensão da colónia inglesa ali estabelecida já desde o séc. XVIII, procuraram a ilha em busca de cura. A ciência médica de oitocentos, anterior à revolução pasteuriana, foi muito marcada pela climatologia, meteorologia, topografia e geografia médicas, e sucederam-se por toda a Europa tratados e discussões médicas sobre as influências mesológicas sobre a saúde. A Madeira foi pioneira como destino cientificamente recomendado para viajantes que a procuravam por razões de saúde. A par da actividade comercial à volta do vinho Madeira, a presença de estrangeiros que procuravam a ilha por aquelas razões suscitou o aparecimento de um tipo de escrito, os guias, com informações úteis, normalmente escritos por estrangeiros, inseridos em narrativas de viagem mais amplas.

Palavras-chave: Madeira, tuberculose, climatologia, medicina, proto-turismo.

Abstract

The island of Madeira, along with other resorts of nascent proto-tourism, especially those of the Mediterranean basin, represented a kind of medical-hygienist utopia based on the curative and prophylactic properties of its climate for the treatment of diseases, especially pulmonary tuberculosis, during most of the 19th century. Countless patients of various nationalities, but especially English, sought the island in search of a cure. Medical science of the 19th century, before the Pasteur revolution, was heavily influenced by climatology, meteorology, topography, and medical

geography. Medical treatises and medical discussions of environmental influences on health were pursued throughout Europe. Madeira was a pioneer as a scientifically recommended destination for travellers looking it for health reasons. Along with the commercial activity around Madeira wine, the presence of foreigners who sought the island for health reasons led to the appearance of a type of writing, the guides, with useful information, usually written by foreigners, inserted in broader travel narratives.

Keywords: Madeira island, tuberculosis, climatology, medicine, proto-tourism.

Introdução

Este artigo pretende apenas dar uma visão panorâmica do papel dos discursos médicos sobre o clima da Madeira na promoção da ilha como um destino para os *inválidos*, ou seja, um eufemismo, em várias línguas, para os indivíduos que sofriam de tuberculose pulmonar. Um género de escritos, embora bastante heterogéneo (Cabete, 2010), afirmar-se-á no séc. XIX um pouco por toda a Europa: são narrativas de viagem, que vão desde diários de bordo, escritos de carácter naturalista sobre a fauna, a flora ou a geologia; guias e roteiros de um determinado local que, invariavelmente, fornecem desde informações úteis a descrições da história ou dos costumes; obras especificamente médicas, como as topografias e geografias médicas, que podem englobar muitas das características das anteriores tipologias. A construção da imagem do clima da Madeira foi também tributária da importância que a imagem da natureza adquiriu no romantismo inglês (Berlin, 2000). Em face da paisagem natural, das montanhas ao mar, da reacção orgânica à sua contemplação ou aos efeitos do clima, da água e dos odores, o imaginário do cientista viajante e do visitante culto nutre-se sem surpresa dos modelos literários (Corbin, 1994) Não seria possível dar conta aqui de todos os escritos que, de uma forma ou de outra, referem a ilha, quando faltam estudos sobre o tema das narrativas de viagem e dos escritos médicos sobre a Madeira. Neste último caso específico, é incontestável a primazia do interesse pelas suas características médico-higiénicas como factor de divulgação dos seus benefícios a um grupo restrito, porém significativo e privilegiado, de pessoas, o que configurava, assim, um *proto-turismo* que se terá desenvolvido na primeira metade do séc. XIX: "On ne se risquera pas pour autant à assurer que les années antérieures à 1850-1860, autrement dit 1775-1850, aient été celles d'un 'proto-tourisme' ou d'un 'tourisme non organisé'." (Bertrand, 2008: 428).

A procura a que a ilha da Madeira foi objecto pode conceber-se como um estudo de caso no contexto mais amplo da história das origens do turismo na Europa e na sua intersecção com a história das ideias médicas. Procurar-se-á, portanto, enquadrar as obras mais significativas que fazem precisamente esta ligação entre o conhecimento médico de então e o aconselhamento aos que se deslocavam àquele destino. Esta ligação é crucial, ainda que não exclusiva, para a compreensão e discussão daquilo a que se convencionou chamar de *turismo terapêutico* no âmbito de uma história social da medicina e da saúde pública. A escrita de uma tal história deve precaver-se das armadilhas do presentismo, ou seja, da projecção no passado de categorias actuais que faz da história uma sequência inexo-

rável de objectivações do presente. Deverá também precaver-se de uma escrita panegírica da história, ainda que bem-intencionada, que serve os interesses hodiernos de políticas identitárias e autonomistas e de um sector económico que é verdadeiramente uma indústria.

Os guias e os discursos médicos sobre a Madeira

O ano de 1801 marca o início do curto período da presença militar inglesa na Madeira como reacção ao contexto geo-estratégico da Europa. As tensões do xadrez político europeu perdurarão até ao Congresso de 1814-15, em Viena. A Madeira voltará a ser ocupada pelos ingleses em 1807, situação que se prolongará até 1814.

É precisamente no início do séc. XIX que será publicado, em inglês e em Londres, o primeiro guia da ilha da Madeira, *A Guide to Madeira: Containing a short account of Funchal, with instructions to such as repair to that island for health* (1801). Destinava-se a todos, mas em especial àqueles que procuravam a ilha por motivos de saúde. Apesar de não figurar o nome do autor, é muito provável que tenha sido escrito por Joseph Adams, médico do *Royal College of Physicians* de Londres e clínico na Madeira, que também publicou no mesmo ano *A Short Account of the climate of Madeira, with instructions to those who resort thither for the recovery of their health* (Adams, 1801), e um pequeno artigo, *Observations on Pulmonary Consumption, and on the Utility of the Climate of Madeira for Phthisical Patients* , saído no *The Medical and Physical Journal*, de Londres, naquele mesmo ano.

O interesse dos médicos britânicos pelo clima e meteorologia da Madeira pode ser já atestado em meados do séc. XVIII ou até, eventualmente, antes. As referências de setecentos são conhecidas e, na verdade, limitam-se, nas suas observações, praticamente ao registo de dados meteorológicos.

1753 – *A Continuation of the Account of the Weather in Madeira*, (Thomas Heberden, William Heberden).

1761 – *An Account of the Earthquake Felt in the Island of Madeira, March 31, 1761*, (Thomas Heberden, William Heberden).

1770 – *Observations of Immersions and Emersions of Jupiter's First Satellite, Made at Funchal, in Madeira, with a Reflecting Telescope of 18 Inches Focus, Made by Mr. Short. The Time Was Found by Taking Equal Altitudes, with a Quadrant of 12 Inches Radius, Made by Mr. Bird, and with the Help of a Good Pendulum Clock Made in London. By the Late Thomas Heberden, M. D. F. R. S*, (Bird, Short, Thomas Heberden).

Na segunda metade do séc. XVIII, a presença de observações sobre os *meteoros* na ilha da Madeira, em conceituadas publicações científicas e médicas, acompanhou a paulatina presença de mercadores britânicos que, sem nunca ter constituído uma comunidade numerosa, tiveram um relevante papel no desenvolvimento económico, comercial e até mesmo político do arquipélago madeirense (Rodrigues, 2008).

Como uma perspectiva metodológica que não poderá ser aqui seguida, refira-se a necessidade de acompanhar aquilo que se poderia caracterizar como um extravasamento das concepções médicas para outros tipos de escritos, que não de médicos, mas que reflectem aquelas opiniões. De igual modo, poder-se-ia dizer que há também uma influência recíproca notória nestes escritos: o campo literário deixa-se influenciar pelo científico e o científico pelo literário. É todo um campo inexplorado no que toca à Madeira.

Do conjunto de obras especificamente médicas que surgirá ao longo do séc. XIX, impõe-se registar uma lista que, não sendo exaustiva, é muito significativa. Refira-se que os autores portugueses constituem uma minoria, em número de apenas cinco, sendo que três são madeirenses (Nicholas Cayetano de Bettencourt Pitta, primo de António da Luz Pita que era pai de César-Augusto Mourão-Pitta e Pedro Júlio Vieira) e um que nunca terá pisado a ilha da Madeira (Francisco d'Assis Souza Vaz).

1811 – *Observations on the Natural History, Climate, and Diseases of Madeira: During a Period of Eighteen Years*, (William Gourlay).

1812 – *Account of the Island of Madeira*, (Nicholas Cayetano de Bettencourt Pitta).

1827 – *Dr. Heineken's Meteorological Register kept at Funchal, in Madeira, in the Year 1826; with some prefatory Observations on the Climate of that Island*, (Charles Heineken).

1827 – *Observations on the inexpediency of sending Consumptive Patients to Madeira*. (A. H. Renton).

1829 (1830, 1841, 1846) – *The influence of climate in the prevention and cure of chronic diseases, more particularly of the chest and digestive organs:*

comprising an account of the principal places resorted to invalids in England, the South of Europe, etc., (James Clark).

1832 – *De l'influence salutaire du climat de Madère (île portugaise) dans le traitment de la phtisie pulmonaire, et de la supériorité de cette influence sur celle des climats du sud de la France et de Italie*, (Francisco d'Assis e Souza Vaz).

1840 – *Notes on the Physical Geography, Geology, and Climate of the Island of Madeira, The Edinburgh New Philosophical Journal for October 1840*, (James Macaulay).

1840 – *The invalids guide to Madeira. with a vocabulary of the Portuguese and English languages*, (William White Cooper).

1850 – *A Treatise on the Climate and Meteorology of Madeira; by the late J. A. Mason, M.D., edited by James Sheridan Knowles. To which are attached a review of the state of agriculture and of the tenure of land by George Peacock, D.D., F.R.S., &c. &c., and an Historic descriptive account of the island, and guide to visitors, by John Driver, consul for Greece, Madeira*, (John Abraham Mason, James Sheridan Knowles, George Peacock, John Driver).

1852 – *Études Médicales sur le Climat de Madère, Thèse présentée et publiquement soutenue à la Faculté de Médecine de Montpellier*, (Pedro Júlio Vieira).

1852 – *Climate of Italy in relation of pulmonary consumption with remarks on the influence of foreign climates upon invalids*; (T. H. Burgess).

1854 – *Noticia sobre o clima do Funchal e a sua influencia no tratamento da tísica pulmonar oferecida à Academia Real das Sciencias de Lisboa*, (Francisco António Barral).

1855 – *Madeira und seine Bedeutung als Heilungsort*, (Karl Mittermaier).

1859 – *Du Climat de Madère et de son influence thérapeutique dans le traitement des maladies chroniques, en général, et, en particulier, de la phtisie pulmonaire*, (César-Augusto Mourão-Pitta).

1854 (1855) – *The climate of the island of Madeira, or the errors & misrepresentations on this subject contained in a recent work on climate by T.H. Burgess, M.D.: considered in a letter addressed to George Lund, M.D. by James Mackenzie Bloxam; Royal College of Surgeons of England*, (James Mackenzie Bloxam).

1864 – *Die Insel Madeira. Aufenthalt der Kranken und Heilung der Tuberkulose daselbst. Nach dreijährigen Beobachtungen*, (Rudolf Schultze).

1870 – *The climate and resources of Madeira, as regarding chiefly the necessities of consumption and the welfare of invalids*, (Michael C. Grabham).

1880 – *Madère etudié comme station d'hiver*, (J. Goldschmidt).

1885 – *Handbuch für Madeira*, (Paul Langerhans).

1886 – *Climatothérapie*, (Hermann Weber).

1889 – *Madère, station médicale fixe, climat des plaines, climat des altitudes,... accompagné d'un Guide-Madère*, (César-Augusto Mourão-Pitta).

Muitos destes autores viveram alguns anos e exerceram a clínica privada na Madeira, como é o caso dos estrangeiros Renton, William Gourlay, Charles Heineken, James Clark, John Abraham Mason, Rudolf Schultze, J. Goldschmidt, Paul Langerhans. De todos, o último é o mais famoso mundialmente, eminente patologista celular germânico, aluno de Virchow, que está sepultado no cemitério inglês do Funchal, cidade onde viveu treze anos e onde morreu de tuberculose. Dos nacionais, apenas os madeirenses exerceram a clínica no Funchal, sendo César-Augusto Mourão-Pitta médico-chefe do hospital da Misericórdia e do Hospital D. Maria Amélia. Francisco Barral viveu quase um ano no Funchal quando acompanhava a Imperatriz D. Amélia e a Princesa D. Maria Amélia, esposa e filha de D. Perdro IV, respectivamente.

Na impossibilidade de aqui cotejar, por exemplo, os índices destas obras, o que seria revelador dos temas abordados e da sua sobreposição, é importante referir, ainda que de forma resumida e algo redutora, a maior parte dos temas comuns: localização geográfica, relevo, fauna, flora; meteorologia (humidade, temperatura, pressão atmosférica, pluviosidade, ventos, marés); história, costumes e características da população, onde se incluem uma nosografia, ou seja, a descrição das doenças mais comuns; edifícios e monumentos públicos, onde se incluem descrições dos hospitais e indicações das farmácias; condições higiénicas e de salubridade; nomes dos facultativos em funções de clínica privada; produtos agrícolas, onde se destaca o vinho; transportes para e na ilha, com descrição de locais pitorescos e excursões (contexto em que aparece o termo *tourist* referindo os que vão fazer *excursions*, *tour of the Island*); alfândega, procedimentos administrativos de residência e financeiros; casas e mobiliário.

Nicholas Cayetano de Bettencourt Pitta, que escreveu o seu livro num período turbulento para a história de Portugal e da Madeira, e o fez ainda durante os seus estudos na Universidade de Edimburgo, confessava que o escrevera porque ainda não existia uma obra completa sobre o assunto.

> *"I have been induced to publish it by the great interest, which political circumstances have, of late years, given to Madeira; by that attachment which, as a Native, I feel for this delightful Island; and by there being no complete account of it hitherto published." (Pitta, 1812: 5).*

A origem das expressões *Pérola do Atlântico* ou *Flor do Oceano* perde-se na profusão de relatos de viagem entre os séculos XVIII e XIX; impossível saber se terá sido Nicholas Cayetano de Bettencourt Pitta o precursor do qualificativo *jardim*: "Madeira, were it properly cultivated, might justly be termed the Garden of the world. The serenity of the climate, the fertility of the soil – everything conspires to render it a terrestrial paradise" (Pitta, 1812: 59). A visão que médicos, naturalistas e viajantes tinham da ilha da Madeira, do seu clima e da sua paisagem, consubstanciou-se em discursos que não raras vezes conjugaram um imaginário romântico, de uma natureza pródiga e em equilíbrio salutar com os discursos propriamente médicos.

A obra de Francisco de Assis e Souza Vaz é uma muito bem fundamentada argumentação, baseada nos dados disponíveis em outros autores, sobretudo Gourlay, Renton, Heineken e Clark, pois nunca esteve ou viveu na Madeira. Da mesma forma, os seus dados sobre o sul de França e Itália são também provenientes de outros autores e a sua preocupação é comparar, em Paris, os dados e a observação dos médicos ingleses sobre a Madeira.

A obra de Pedro Júlio Vieira, de 1852, é a sua dissertação para a obtenção do grau de doutor em medicina apresentada à Universidade de Montpellier. É ambiciosa, sem, no entanto, ter logrado o seu objectivo, que era estabelecer a climatologia médica da Madeira. Percorre quase todos os temas comuns a estes escritos, como acima foi referido. Curiosamente, é bastante sensível ao contexto da controvérsia médica que os autores britânicos, sobretudo J. A. Mason, inauguraram a meados do século.

> *"De là, pour les médecins, la cause de dissidences fâcheuses sur l'utilité des voyages à Madère, et, pour quelques mal-heureux, de tristes déceptions et un désenchantement moral qui, en aggravant leurs souffrances, les ont portés à accuser l'île d'une renommée menteuse." (Vieira, 1852 : 6).*

O livro de Francisco Barral sobre o clima da Madeira foi escrito aquando da sua presidência da Sociedade das Ciências Médicas de Lisboa e da sua estadia ali como médico da princesa D. Maria Amélia, falecida de tuberculose no Funchal em 1853, e filha do falecido D. Pedro IV. É, provavelmente, a obra que dá sustentação científica à doação da viúva, a Imperatriz D. Amélia, para a construção do primeiro sanatório para tuberculosos em Portugal (Vieira, 2011). Afirmou ter feito observações meteorológicas "de Setembro de 1852 até ao fim de Abril de 1853" (Barral, 1854: 21), referindo o papel dos médicos e naturalistas ingleses, desde o séc. XVIII, na divulgação dos benefícios do clima da Madeira e fez uma extensa crítica de tudo o que até então havia sido escrito sobre o assunto. É a obra que, de forma mais completa, faz a revisão da literatura médica até então. O outro autor que também fará uma tal completa revisão é Paul Langerhans, em 1885. Ainda que o tema não tenha produzido os dados e evidências definitivas, Francisco Barral não hesitava em defendê-lo:

> *"Os doentes em que a acção do clima não é tão efficaz, e que não conseguem tão grande beneficio veem continuar a sua existencia com menos soffrimento, sem ficar encerrados durante o inverno debaixo da oppressão de uma temperatura artificial, e das idéas melancholicas e sinistras que um clima nebuloso, carregado e frio, e uma tão prolongada reclusão inspiram até aos sãos: vivem ao ar livre, gosam da vista de um paiz ameno, e de uma vegetação rica e variada, sentindo o prazer e a esperança que dá a contemplação de um ceo claro e sereno, debaixo de cuja influencia parece que a vida e saúde devem ser consequências faceis e naturaes." (Barral, 1854: 264).*

A imagem paradisíaca da ilha da Madeira glosada por tantos viajantes e visitantes, da amenidade do seu clima, das suas paisagens sublimes e pitorescas, da prodigalidade da sua agricultura, das suas condições de salubridade por ausência dos problemas da civilização, constituir-se-ão em constantes elementos discursivos que estarão na base das narrativas apologéticas e panegíricas das virtualidades da Madeira no séc. XIX. Esta passagem do médico madeirense Mourão Pitta, de finais do século, tem todos os elementos acima apontados e comporta já um apelo típico das narrativas turísticas:

> *"Aussi l'agriculture est-elle, comme l'industrie, sans le moindre germe d'insalubrité. Les habitations sont propres et commodes, les plantations de la ville, des faubourgs et des jardins contribuent à la pureté de l'air et à sa fraîcheur. La végétation est des plus belles et des plus*

> *variées dans tout l'hémicycle de Funchal; elle se continue jusqu'au sommet de la montagne, en s'étendant vers l'est. La vie y est des plus faciles, grâce à la bonté du climat, à la bonne qualité et à l'abondance des aliments de tous genres. Que peut-on souhaiter de plus, sous un ciel magnifique, en présence de l'immensité de l'Océan, sur un sol arrose dans tous les sens, et néanmoins peu humide, dans une ville hospitalière entre toutes?" (Pitta, 1889: 23).*

O certo é que durante os finais do séc. XVIII e todo o séc. XIX, mesmo para além da descoberta de agente causador da tuberculose por Koch, até à efectiva utilização da penicilina, os discursos médicos que avaliarão as características terapêuticas de certas regiões em relação à tuberculose, a partir de um empirismo racionalista fundado em observações meteorológicas e climatéricas, e os guias para os inválidos que visitam ou procuram a Madeira em busca de cura, influenciar-se-ão mutuamente, configurando toda uma literatura onde as conclusões da ciência de então estão em estreita relação com a retórica proto-turística ainda marcadamente romântica.

A noção de *turismo terapêutico*

Esta expressão pode comportar uma certa contradição e anacronismo quando aplicada acriticamente ao passado. Se hoje pode ser compreensível, num mundo em que, aliado a uma diferente vivência do tempo e do trabalho, a indústria do turismo parece ser tão omnipresente na vida das pessoas como a indústria farmacêutica ou de telecomunicações, há duzentos anos ou há dois mil anos é difícil perceber como a busca do alívio de um sofrimento – como por exemplo, a tuberculose – que invariavelmente conduzia à morte, possa ser equiparado a uma necessidade contemporânea de lazer, de distracção e de escape ao mundo do trabalho. O segundo elemento da expressão não deixa dúvidas quanto à sua aplicabilidade heurística: a mudança de clima ou de ares (Jankovic, 2010), no contexto de uma medicina marcadamente hipocrática – hipocratismo que conheceu uma revivescência considerável aquando da tradução das obras completas de Hipócrates directamente do grego para o francês, por Émille Littré, em 1839 – era o principal recurso da terapêutica, a par da sempre presente sangria, do óleo de fígado de bacalhau, dos vómitos e purgas e toda uma panóplia de preparados. No entanto, aproximar uma prática secular que significava, ao mesmo tempo, a impotência humana face a um flagelo e a confiança de uma tradição médica numa ideia de *vis medicatrix naturae*, ou seja, no poder curativo da natureza, do corpo humano e do

ambiente, à vivência do lazer dos tempos livres (Corbin, 2001) é algo que nem esclarece o contexto de debate das ideias médicas nem o contexto das origens contemporâneas do fenómeno do turismo. Certamente, que o debate pode ser visto de uma perspectiva continuísta ou descontinuísta da história: a viagem como apanágio da formação das elites ou busca da saúde (terapêutica) remonta à Antiguidade, mas o homem que viaja não será o mesmo ao longo dos séculos, não partilha as mesmas mundivisões, não tem a mesma psicologia, a mesma ideologia, o mesmo imaginário. Se há uma lição que perdura, apesar das críticas que têm sido feitas nas últimas décadas à obra de Michel Foucault, é a do historicismo dos objectos que se pensava que não tinham história: o amor, a loucura, a sexualidade, o crime, a higiene, etc.

Não deixa de ser significativo que é um arquitecto que discute a noção, numa recente tese de doutoramento, *A Arquitectura do Turismo Terapêutico. Madeira e Canárias, 1800-1914* (Matos, 2016). No âmbito da historiografia da Macaronésia, Matos passa em revista o uso da noção e sustenta o seu emprego: "A expressão turismo terapêutico traduz, pois, com justeza, não só a ambiguidade do fenómeno, o indelével enlace entre lazer e cura, como também o facto de ambos terem coexistido durante séculos." (Matos, 2016: 23). Sendo descabido aqui fazer uma espécie de recensão crítica da argumentação de Matos, é importante destacar que ela é muito mais consistente que a do historiador madeirense Alberto Vieira que há alguns anos glosou o tema da história do turismo de um ponto de vista presentista, teleológico e metodologicamente discutível, algo que esta passagem revela e que é exemplificativa de uma certa concepção de história:

> *"[A Madeira] Foi uma das primeiras regiões turísticas do mundo, mantendo uma constância de afirmação do sector desde o século XVIII até ao presente. Poucas regiões turísticas assumiram tal constância. A hospitalidade madeirense, uma referência histórica desde o século XV, contribuiu para firmar a posição. O fenómeno afirmou-se de forma espontânea a partir do século XVIII e obrigou as autoridades e sociedade civil a criarem condições para a recepção de todos os forasteiros. Assim, as infra-estruturas de apoio ao turismo surgem por força da constante presença dos estrangeiros, na condição de doentes, cientistas e aventureiro." (Vieira, 2008: 95)*

Os vícios que enfermam esta perspectiva de escrita da história residem, sobretudo, na trans-historicidade dos objectos históricos, no essencialismo e na naturalização dos conceitos e na sua deficiente ou inexistente

crítica. Uma também recente tese de doutoramento, na área da geografia e do turismo, e tendo a Madeira como objecto, revela um mesmo viés:

> *"Ao longo dos séculos, a conceção de turismo sofreu diversas alterações, embora sempre ligada intrinsecamente a determinados pressupostos: viajar, conhecer outras culturas, visitar e admirar locais diferentes, aprender, relaxar, descansar, encontrar melhores condições para a cura de uma doença, etc.*
>
> *Em nossa opinião, o desejo de fazer turismo esteve sempre presente na mentalidade humana, desde os primórdios da civilização, sem que nos apercebêssemos e normalmente camuflado por outras motivações, prioritárias então para a sobrevivência humana, nessas épocas remotas.*
>
> *A partir do século XIX, começámos a tomar consciência da sua existência, dessa necessidade intrínseca do ser humano (...)" (Rodrigues, 2014: 38).*

A distinção entre estas formas de escrever a história e uma outra possível, repousa, sobretudo, no modo de conceber a temporalidade das formações intelectuais e na crítica da aplicação ao passado das formações intelectuais hodiernas. Os conceitos, ideias e categorias, expressas num léxico, podem variar o seu significado em função do seu contexto de enunciação. O perigo é o da construção de narrativas históricas em que os conceitos, agarrados às suas referencialidades, são entidades puramente nominais, ou seja, uma mera terminologia que, por exemplo, se poderia traçar o caminho de um passado remoto até ao presente. Esta é a grande lição teórica e prática da semântica histórica de Reinhardt Koselleck (Koselleck, 2006).

Conclusão

Um breve olhar pelas mais significativas obras de médicos sobre o tema da climatologia e da tuberculose revela um número impressionante de locais que são investigados, avaliados, medidos, ponderados, sobretudo os que se encontram à volta da bacia do Mediterrâneo, mas também no centro e norte da Europa, nos Alpes, no Oriente, nas Américas, e nas ilhas Atlânticas. As topografias e geografias médicas multiplicaram-se por toda a Europa. A par deste processo começou a surgir uma nova sensibilidade (Gyr, 2010; Zuelow, 2016), mais burguesa e menos aristocrática, no que toca às vivências das viagens e do tempo livre, de um tempo que é a antítese do trabalho. Tipologias textuais distintas, como a científica e a utilitária, influenciaram-se mutuamente. Do debate médico sobre a Madeira havido em meados do séc. XIX, debate quase exclusivamente britânico, primeiro, mas depois com repercussão europeia e americana, a respeito dos benefícios do seu clima para a saúde, sobretudo para os que estavam acometidos de tuberculose pulmonar, o resultado foi um claro abandono das muito vincadas convicções do primeiro terço do século (Jankovic, 2010). Tal conclusão, bem como aquelas que retratam a Madeira como principal destino muito procurado pelo chamado turismo terapêutico, devem ser confirmadas por estudos que, por um lado, quantifiquem a procura da ilha pelos inválidos e pelo proto-turismo nascente; por outro, equacionem os interesses em jogo. Por exemplo, há coincidência no tempo entre o debate dos autores médicos britânicos, a quebra acentuada da produção vinícola e uma política de melhoramentos materiais que começou na Madeira com a acção de José Silvestre Ribeiro e continuará com o Fontismo em Portugal. Numa história sectorial, uma história do turismo, a Madeira foi apenas mais um dos locais da Europa onde interesses vários se conjugaram. Deve ser estudada como um caso relevante e passível de comparação no contexto dos caminhos cruzados do discurso científico e médico com o contexto económico do desenvolvimento do proto-turismo e o contexto cultural das transformações do liberalismo. Uma história do turismo na Madeira deve acautelar as armadilhas do presentismo quando o país e a região têm a sua economia maioritariamente dependente de uma indústria, indústria esta que não raras vezes instrumentaliza discursos, legítimos, sobre o passado, mas que não são história.

Bibliografia

1801. *A Guide to Madeira: Containing a short account of Funchal, with instructions to such as repair to that island for health*. London: T.N. Longman and O. Rees, Paternoster - Row.

Adams, Joseph. 1801. *A Short Account of the climate of Madeira, with instructions to those who resort thither for the recovery of their health*. London: T.N. Longman and O. Rees, Paternoster - Row.

Barral, Francisco António. 1854. *Noticia sobre o clima do Funchal e sua influencia no tratamento da tísica pulmonar*. Lisboa: Imprensa Nacional.

Berlin, Isaiah. 2000. *The Roots of Romanticism*. London: Pimlico.

Bertrand, Gilles. 2008. *Le Grand Tour revisité. Pour une archéologie du tourisme: le voyage des Français en Italie, milieu XVIIIe - début XIXe siècle*. Rome: Publications de l'École française de Rome.

Cabete, Susana Margarida Carvalheiro. 2010. "A narrativa de viagem em Portugal no século XIX: alteridade e identidade nacional." Thèse de Doctorat en Littérature Générale et Comparée, Université de la Sorbonne Nouvelle - Paris III.

Corbin, Alain. 1994. *The Lure of the Sea. The Discovery of the Seaside in the Western World, 1750-1840*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

Corbin, Alain. 2001. *História dos tempos livres: o advento do lazer*. Lisboa: Editorial Teorema.

Gyr, Ueli. 2010. "The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity." *European History Online (EGO).*

Jankovic, Vladimir. 2010. *Confronting the Climate. British Airs and the Making of Environmental Medicine*. New York: Palgrave-Macmillan.

Koselleck, Reinhart. 2006. *Futuro Passado. Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto / PUC-RJ.

Matos, Rui Manuel Carneiro de Campos. 2016. "A Arquitectura do Turismo Terapêutico. Madeira e Canárias, 1800-1914." Tese de Doutoramento, Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa.

Pitta, César Augusto Mourão. 1859. *Du Climat de Madère et de son influence thérapeutique dans le traitement des maladies chroniques, en général, et en particulier de la phtisie pulmonaire*. Montpellier: Typographie de Boehm, Éditeur du Montpellier Médical.

Pitta, Cesar Augusto Mourão. 1889. *Madère, station médicale fixe: climat des plaines, climat des altitudes*. Paris: Félix Alcan, Éditeur.

Pitta, Nicholas Cayetano de Bettencourt. 1812. *Account of the Island of Madeira*. London: Longman, Hurst, Rees, Orme & Brown.

Rodrigues, Elisabete Teixeira Gouveia. 2014. "Turismo no Espaço Rural e Património. As Casas de Campo na Ilha da Madeira." Tese de Doutoramento, Faculdad de Geografía y Historia. Departamento de Geografía, Universidade de Salamanca.

Rodrigues, Paulo Miguel. 2008. *A Madeira entre 1820 e 1842: relações de poder e influência britânica*. Funchal: Funchal 500 Anos.

Vaz, Francisco d'Assis e Souza. 1832. *De l'influence salutaire du climat de Madère (île portugaise) dans le traitment de la phtisie pulmonaire, et de la supériorité de cette influence sur celle des climats du sud de la France et de Italie*. Paris : De l'Imprimerie de Didot Le Jeune.

Vieira, Alberto. 2008. "A História do turismo na Madeira. Alguns Dados para uma Breve Reflexão." *Turismo. Revista de la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte* (0):95-118.

Vieira, Ismael Cerqueira. 2011. "O pioneirismo da Madeira no tratamento da tuberculose em meados do século XIX." *Ler História* (61):85-103.

Vieira, Pedro-Júlio. 1852. *Études Médicales sur le Climat de Madère. Thèse présentée et publiquement soutenue à la Faculté de Médecine de Montpellier, le 29 de Mai de 1852*. Montpellier: Imprimerie de Ricard Frères.

Zuelow, Eric. 2016. *A History of Modern Tourism*. London: Palgrave.

Nota Biográfica

Luís Timóteo Ferreira, 49 anos, natural do Brasil, professor do Ensino Básico no Funchal, Região Autónoma da Madeira, é licenciado em História pela Universidade de Coimbra, mestre em Inovação Pedagógica pela Universidade da Madeira e é actualmente doutorando em Estudos Contemporâneos pelo CEIS20 da Universidade de Coimbra, pertencendo ao grupo de investigação História e Sociologia da Ciência e da Tecnologia.

Turismo em Portugal: e se António Ferro não tivesse existido?

Carla Ribeiro

Resumo

Em 1936, ano do I Congresso Nacional de Turismo, o setor turístico era assunto de vivo interesse e aceso debate na vida nacional. Reclamava-se então um comando superior, que caberia ao Estado, como animador e orientador máximo. Uma das conclusões do Congresso foi neste sentido, a de que seria necessário criar um organismo único, de caráter administrativo e técnico com poder, autonomia e dotação orçamental, que deveria ficar adstrito à Presidência do Conselho.

Em 1939, estas exortações tornavam-se finalmente realidade: o decreto nº 30 251 providenciou a passagem das competências em matéria de turismo para o Secretariado de Propaganda Nacional, então dirigido por António Ferro, antigo escritor e jornalista, agora dono e senhor do órgão da propaganda nacional. Que ideias tinha Ferro para o sector do Turismo? Que iniciativas desenvolveu neste âmbito? O que sobrou da perspetiva de Ferro? Estas são algumas das questões a que se procurará dar resposta, partindo da tese de que as narrativas e os imaginários turísticos elaborados por Ferro se tornaram elementos constitutivos da identidade nacional então idealizada, bem como heranças poderosas para o atual setor turístico português.

Palavras-chave: Turismo; António Ferro; Secretariado de Propaganda Nacional; identidade nacional; propaganda político-ideológica

Abstract

In 1936, the year of the First National Congress of Tourism, this sector was a matter of keen interest and heated debate in Portuguese national life. A higher and unique leadership was demanded, which would fell in the State's responsibility, as the maximum adviser. One of the conclusions of the Congress was that it would be necessary to create a single administrative and technical organization, with power, autonomy and budget allocation, which should be attached to the Presidency of the Council.

In 1939, these exhortations finally became a reality: the decree no. 30 251 provided for the transfer of the tourism department to the National Propaganda Bureau, directed by António Ferro, a former writer and journalist, now in charge of the national propaganda organism. What ideas did Ferro have for the tourism sector? What initiatives were developed in this area? What's left of Ferro's perspective? These are some of the questions raised in this paper, based on the thesis that the tourist narratives created by Ferro became key elements of the idealized national identity of Estado Novo, and constitute a powerful legacy for the present Portuguese tourism sector.

Keywords: Tourism; António Ferro; National Propaganda Bureau; national identity; political and ideological propaganda

Introdução

O século XX europeu nasceu sob o signo da insegurança, afastado das certezas de progresso indefinido da centúria de Oitocentos, situação agravada com a I Guerra Mundial. Esta Europa, no pós 1918, sofreria, no plano económico, as sequelas geradas pela crise de 1929 e pela Grande Depressão e, no plano político, assistiria à consolidação de ditaduras nacionalistas, totalitárias e fascistas.

Assumindo a identidade nacional como foco de análise, este texto defende a tese do turismo como elemento de construção dessa identidade, tomando como base de trabalho a proposta de Pierre Bourdieu, do poder simbólico como um poder transmutador, o "poder de constituir o dado pela enunciação [...], de confirmar ou de transformar a visão do mundo" (1989, 14). Uma forma de "violência simbólica", portanto, usando novamente as palavras de Bourdieu, de que o poder político se serve como instrumento de afirmação e domínio, na medida em que este poder simbólico orienta a ação e condiciona o pensamento.

Neste sentido, procura-se descortinar a relação entre Turismo e Nacionalismo nos discursos políticos oficiais do Estado Novo, partilhando o olhar de Vidal e Aurindo quando referem que o turismo, "antes de ser uma indústria lucrativa [...], surge como um discurso ou um conjunto de discursos: maneiras de olhar, sentir, apreender e representar os territórios" (2010: 119), em íntima associação com práticas de construção identitárias. Pretende-se demonstrar que, entre nós, os usos político-ideológicos do turismo no Estado Novo constituíram momentos importantes para a construção de uma certa ideia da Nação, afigurando-se o turismo como elemento constituinte de programas de nacionalização das massas.

Centrando a análise em António Ferro, diretor do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), organismo para o qual transitaram as competências em matéria de turismo a partir de 1940, procurar-se-á dar resposta a algumas questões de investigação: Que ideias tinha Ferro para o setor do Turismo? Que iniciativas desenvolveu neste âmbito? Que marcas deixou no Portugal democrático do século XXI?

I - Portugal e o turismo: organização e importância

No início do século XX, nos países europeus industrializados, o turismo permanecia, em geral, privilégio dos estratos sociais mais abastados. Fatores como a criação de sociedades incentivadoras das práticas de lazer e turismo, a publicação de guias e roteiros de viagens e o desenvolvimento dos transportes, em particular dos caminhos-de-ferro, darão um importante contributo para o alargamento do turismo a grupos cada vez mais amplos.

Em Portugal, a importância atribuída ao turismo fez-se sentir a partir de finais do século XIX e inícios do século XX, quando o setor se apresentou como resposta aos problemas financeiros com que o país se defrontava. O primeiro passo foi dado com a criação, em 28 de fevereiro de 1906, da Sociedade Propaganda de Portugal. No auge da atividade da Sociedade, deu-se a implantação da República, tendo o turismo passado para a tutela do Estado, verificando-se a nacionalização da máquina turística. Com efeito, logo a 18 de maio de 1911, o Governo Provisório decretou a constituição, no Ministério do Fomento, de um Conselho de Turismo coadjuvado por uma Repartição de Turismo, dotada de autonomia administrativa e financeira. Em 1920, extinguiu-se o Conselho de Turismo e integrou-se no Ministério do Comércio e Comunicações a Repartição do Turismo. Entretanto, a Ditadura Militar surgida do golpe de 28 de maio de 1926 colocou a Repartição dependente, a partir de 1927, do Ministério do Interior, situação que perdurou até finais de 1939. Data igualmente deste período, mais concretamente de 1921, a abertura em Paris da primeira representação do turismo nacional no estrangeiro, gerida pelo Estado e pela Companhia Portuguesa dos Caminhos de Ferro, e a criação das Comissões de Iniciativa, base das estruturas orgânicas locais. Este aparelho administrativo do turismo irá consolidar-se até meados da década de 1930, com a criação das Casas de Portugal, em Paris, Londres (ambas em 1931) e Antuérpia (1933).

Todavia, as mudanças sucessivas ocorridas na tutela oficial do turismo conduziram à perda de dinamismo e a uma incapacidade em criar as condições essenciais exigidas para o seu desenvolvimento. Com efeito, o Ministério do Interior, a que estava agregada a máquina institucional do turismo, mostrava-se mais orientado para a manutenção da ordem pública, comprometendo desta forma a eficácia da ação turística nacional. Uma outra condicionante foi o facto de a Repartição de Turismo ver a sua ação rivalizada e, até, suplantada por outros organismos no seio da própria administração pública, como o Ministério dos Negócios Estrangeiros – através da Comissão de Propaganda do Turismo no Estrangeiro e do Conselho de Turismo, instituído em 1935, bem como pela ação das suas Casas de Portugal – ou a Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho, que se ocupava do turismo social, através de excursões populares, mas igualmente por instituições privadas, como o Automóvel Clube de Portugal (ACP), que criou em 1934 um Centro de Turismo Português e passou a representar o país na prestigiada Alliance Internationale de Tourisme[1].

Apesar desta pluralidade de organismos e do fato de o turismo ser assunto de vivo interesse e aceso debate, era consensual a importância que lhe era atribuída: a de uma atividade económica que pretendia atingir uma franja cada vez maior da sociedade e da qual se esperavam grandes lucros. Assim, José de Ataíde, chefe da Repartição de Turismo, apresentava este campo de atividade como "um dos agentes que mais eficazmente devem influir na reconstrução económica do país" (1931: 18). Nesta mesma linha de pensamento se inscreviam as visões de outros protagonistas no campo turístico, como Joaquim Roque da Fonseca, diretor da Associação Comercial de Lisboa e membro das Comissões de Turismo do ACP e do Ministério dos Negócios Estrangeiros, que defendia que "o turismo pode e deve ser para nós o mesmo que é para a França, para a Itália e para a Suíça – a maior das grandes indústrias nacionais" (1932: 39).

O que faltava então para a concretização desta perceção do valor económico do setor turístico nacional? Aparentemente, a resposta era igualmente consensual, advogando-se a ideia do Estado como o natural coordenador do turismo em Portugal. Esta noção era claramente defendida no I Congresso da União Nacional, onde Fausto de Figueiredo, o grande responsável pelo desenvolvimento do turismo no Estoril, entendia "que o Congresso se deve pronunciar no sentido da criação dum comissariado geral, dependente da Presidência do Conselho, com poderes e meios de acção bastantes para orientar e dirigir a execução dum plano de conjunto previamente elaborado" (1936: 11).

Considerando a recorrência destas ideias no discurso dos protagonistas do setor turístico nacional, não espanta que uma das mais fortes conclusões saídas do I Congresso Nacional de Turismo, realizado em 1936, tenha sido a ideia de que se tornava

1 Criada em 1898, com o intuito de agrupar os clubes de turismo de vários países, foi a primeira organização internacional de turismo.

> *"urgente remodelar os [...] serviços [de turismo], criando-lhe um organismo único de carácter administrativo e técnico com os poderes e autonomia e dotações orçamentais necessários para poder realizar obra eficiente. Entende ainda o Congresso que dada a interdependência que o turismo mantém com todos os serviços públicos, seria da maior conveniência que o novo organismo ficasse adstrito à Presidência do Conselho" (A.C.P. 1936: 59).*

Em 1939, estas exortações tornavam-se finalmente realidade: o decreto nº 30 251, de 30 de dezembro, providenciava a passagem, a partir de 1 de janeiro de 1940, das competências do Ministério do Interior em matéria de turismo para o Secretariado de Propaganda Nacional[2].

II – António Ferro e o Secretariado

António Ferro (1895-1956) é uma figura incontornável do Estado Novo, constituindo uma das suas personagens mais complexas, paradoxais e marcantes. Ferro viveu uma juventude artística, de pendor essencialmente literário[3]. Destacou-se ainda como jornalista no meio público nacional, tendo trabalhado para alguns dos maiores jornais, como o *Diário de Lisboa*, o *Diário de Notícias* ou *O Século*. De entre os seus correligionários, Ferro foi aquele que se envolveu mais intensamente, ao longo dos anos de 1920, "na propaganda ideológica das ditaduras europeias" (Leal, 2003: 105). Com efeito, neste período sobressaiu como repórter internacional, tendo realizado um conjunto significativo de entrevistas a personalidades das ditaduras italiana, espanhola e turca. Em particular, Ferro sentia-se atraído pelos aspetos estéticos do fascismo italiano que depois mobilizará para a sua "Política do Espírito"[4], aspetos estes que permitiam moldar a sua conceção de povo: "O povo que me interessa é o povo que ilumina as ruas, que transforma as cidades em alegres presépios, o povo carinhoso e bom das humildes ocupações, o povo-menino que não tem cultura, que não tem inteligência" (Ferro, 1927: 117).

A filiação política junto dos setores do autoritarismo antiliberal apresentou-se para Ferro como solução para a desilusão sentida com o regime republicano e para a crise que se vivia no contexto nacional, procurando uma refundação da República e afirmando "a necessidade redentorista de um chefe salvador" (Leal, 2003: 108). Ferro busca esse chefe dinâmico, esse homem de ação, sucessivamente, em Filomeno da Câmara e em Sidónio Pais, até encontrar o recém-nomeado presidente do Conselho, António de Oliveira Salazar, que deu a conhecer ao público através de uma série de cinco entrevistas realizadas em finais de 1932. Foram estas entrevistas que o conduziram diretamente ao cargo assumido no ano seguinte, o de diretor do recém-criado Secretariado da Propaganda Nacional[5], então com 38 anos.

Pela sua ação à frente deste organismo, que se constituiu como a génese de um Ministério da Cultura, Ferro revelou-se uma peça-chave na legitimação das políticas e práticas culturais do regime, subordinadas ao interesse supremo da Nação, ao longo de mais de década e meia de ação, entre 1933 e 1949, como destaca José Rebelo: "Ao transferir-se do jornalismo para a condução da propaganda do regime, António Ferro põe ao serviço da nova causa que abraça a mesma inteligência, o mesmo entusiasmo, a mesma vasta cultura e a mesma enorme capacidade de relacionação" (1998: 183). Visto por uns como o "poeta da ação", que encetou a renovação do panorama cultural português, para outros foi o mentor de uma prática estético-cultural dominada pelo vetor político-ideológico.

III – António Ferro e o turismo

Em 1939, quando o setor do turismo fica sob a alçada do SPN e de António Ferro, vive-se já uma conjuntura de guerra, com Portugal a assumir uma posição neutral. A noção do turismo como elemento potenciador de desenvolvimento económico, até aí dominante no panorama nacional, muda e a perspetiva de Ferro é notoriamente de cariz nacionalista, defendendo-se um turismo que funcionasse como arma de propaganda político-ideológica do Estado Novo – "Se o turismo é um problema sério, e não um simples passatempo, é porque está ligado, directa e indirectamente, a quase todos os problemas nacionais [...], meio seguríssimo não só de alta propaganda nacional como de simples propaganda política" (Ferro, 1949b: 34). Mas também como recurso para a manutenção da ordem interna e do consenso nacional – "Os grandes países visitados que fazem da indústria de receber visitas uma fonte de riquezas e de renovação nacionais são países de ordem e de convívio exemplares: a Suíça, a Holanda, a Bélgica" (Ferro, 1939: 1). Por fim, Ferro via o turismo igualmente como instrumento

2 Esta ligação orgânica entre o turismo e a propaganda já se verificava noutros contextos que não o português, nomeadamente em Itália onde, em 1934, Mussolini tinha criado a Direzione Generale per il Turismo, integrada no Subsecretariado de Estado para a Imprensa e Propaganda (Aguiar, 2008).

3 Em termos artísticos, o epíteto de modernista aplicado a Ferro tem-se revelado prevalecente, quase unânime, na historiografia portuguesa (Ernesto Castro Leal, José-Augusto França, José Barreto, Raquel Pereira Henriques), pese embora leituras alternativas entretanto surgidas, como a de Nuno Rosmaninho, no texto "António Ferro e a propaganda nacional antimoderna", publicado na obra *Estados autoritários e totalitários e suas representações*.

4 António Ferro concebia-a como uma política em favor de uma cultura e de uma arte nacionalistas e do aprimoramento dos padrões estéticos da sociedade.

5 Criado pelo Decreto-Lei nº 23 054, de 25 de setembro de 1933, era um organismo diretamente dependente da Presidência do Conselho. Alvo de operações de cosmética em 1944, perto do final da II Guerra Mundial, passou a Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI) e, em 1968, transformou-se em Secretaria de Estado de Informação e Turismo (SEIT).

de nacionalização, uma estratégia de inclusão dos cidadãos nos ideais e princípios do regime de Salazar, ordeiro e respeitador.

Uma vez que a II Guerra Mundial tinha interrompido o fluxo de turistas para Portugal, Ferro procurou "aproveitar esta pausa forçada [...] para encenar turisticamente o país de norte a sul", na crença de que, "mal acabe a guerra", se tornaria inevitável "a marcha dos turistas de todo o mundo sobre Portugal" (Arquivo Salazar, 1942: 33). Neste sentido, o turismo revelava-se igualmente como ferramenta privilegiada para o reconhecimento internacional do regime.

Ferro cedo compreendeu que a criação de uma imagem turística diferenciada seria crucial, retomando as ideias de José de Ataíde, que desde 1916 vinha defendendo a importância dos temas da identidade e da diferença na estruturação do discurso oficial sobre o turismo, afirmando em 1917 que

> *"se todas as terras e campos se assemelhassem, se fossem em todos os países iguais os costumes, não valeria a pena empreender uma viagem. Na variedade de paisagem, na diversidade dos aspectos e dos panoramas, dos indivíduos e das raças, está a principal justificação duma viagem" (apud Brito, 2003: 480).*

O que preocupava Ferro nesta sua tarefa era, portanto, a especificidade da oferta turística portuguesa, procurando apresentar uma proposta alternativa ao mercado internacional, recheado de atrações eruditas e cosmopolitas. Esta modelação de uma nova fisionomia turística de Portugal assentava na enfatização dos recursos de cariz popular, de feição regionalista, folclórica, permitindo a criação de uma nova marca, uma nova categoria de destino turístico.

Mas para que esta estratégia produzisse frutos, era necessário desde logo criar novas regras e levar à sua obediência; em suma, proceder à renovação do gosto.

IV- A "Campanha do Bom Gosto", os concursos do SPN/SNI e a projeção da vida nacional

A estatização do turismo, levada a cabo desde a I República, acentuou-se, como se viu, com a Ditadura Militar e, posteriormente, com o regime do Estado Novo. Esta nacionalização do setor afirmava-se coerente com a campanha de reaportuguesamento de Portugal, em consonância com a noção de Ferro, de "Portugal [como] um país de turismo [mas] um turismo saudável, campesino" que, satisfazendo as exigências dos viajantes, não faria "perder ao nosso país o seu carácter lírico, familiar" (Ferro, 1949b: 48).

Para o fomento do turismo, quer interno quer externo, afigurava-se essencial, além de boas vias de comunicação e adequados meios de transporte, tornarem-se cómodos, agradáveis e esteticamente aprazíveis os percursos das viagens dos turistas. Desta forma, o Secretariado procedeu à decoração e encenação dos espaços frequentados pelos turistas estrangeiros e pelas elites nacionais, nas suas incursões pelo país. Esta foi a "Campanha do Bom Gosto", cujo propósito assumido era o de instituir um modelo estético que desse "à vida nacional uma fachada impecável de bom gosto" (Ferro, 1943: 23). Para tal, e na falta de um conteúdo específico para este "bom gosto", recorreu-se a uma estética de contornos modernistas, tal como o percurso inicial de Ferro, mas claramente nacionalista, num trabalho de modernização e, simultaneamente, de (re)aportuguesamento do país, das tradições e produtos culturais do povo e dos espaços públicos, ilustrando desta forma a nova realidade nacional, tal como concebida apelo regime.

A partir das experiências feitas na capital pretendia-se a sua transposição a todo o país, impondo como modelos de bom gosto os valores estéticos sancionados pelo Secretariado e pela sua equipa de artistas-decoradores[6]. Com efeito, são estes artistas que propõem modelos e dão exemplos de como se proceder. Modelos, contudo, que se revelavam taxativos, para serem impreterivelmente seguidos, claramente validados pelo vetor político. Desta forma, como defende Margarida Acciaiuoli, "Ferro prepara a pátria para ser descoberta depois de ele próprio ter descoberto o perfil que lhe queria dar" (2008: 17).

Para a necessária homogeneidade da imagem deste Portugal idealizado, Ferro recorreu ao modelo dos concursos, fórmula por ele veementemente defendida: "Eu acredito muito nos concursos e nos seus resultados [...]. E não, somente e propriamente, pelos frutos que deles se possam, desde logo, colher. Mas porque são ideias que ficam lançadas, caminhos abertos" (1945: 4). Os concursos permitiam, portanto, a criação de uma atmosfera propícia ao turismo, interno e externo, funcionando como instrumentos para "ir retocando, pouco a pouco [o país], dando-lhe a tonalidade, a graça

6 Constituída pelos artistas plásticos Bernardo Marques, Fred Kradolfer, Carlos Botelho, Paulo Ferreira, José Rocha, Thomás de Mello e Emmérico Nunes; pelos escultores António Azevedo, Rui Gameiro, Luís Fernandes, Henrique Bettencourt, António Duarte, Francisco Franco, Canto da Maia e Barata Feio, e pelos pintores Abel Manta, Jorge Barradas, António Lino, António Soares, Estrela Faria, Eduardo Malta, Dórdio Gomes, Francisco Smith, Camarinha e Júlio Santos.

e a frescura de uma aguarela viva" (Ferro, 1949b: 40), ganhando um desenvolvimento mais decisivo com as Comemorações Centenárias, como se pode confirmar na tabela apresentada:

CONCURSOS LANÇADOS PELO SECRETARIADO		
ANOS	**CONCURSOS LISBOA**	**RESPONSABILIDADE**
1940-1956 (?)	Concurso de Janelas Floridas	SPN/SNI e Câmara Municipal de Lisboa
1941-1950 (?)	Concurso de Montras	SPN/SNI e União de Grémios de Lojistas de Lisboa/Câmara Municipal de Lisboa
ANOS	**CONCURSOS PORTO/NORTE**	**RESPONSABILIDADE**
1945- 1946	Concurso do Cartaz das Festas do S. João	Delegação do SNI no Porto
1945-1947	Concurso das Praias do Norte de Portugal	Delegação do SNI no Porto
1945-1947 (?)	Concurso de Janelas Floridas/Sacadas Ornamentadas	Delegação do SNI no Porto/ Comissão Executiva das Festas da Cidade do Porto
1945-1952	Concurso de Montras	Delegação do SNI no Porto/Comissão Executiva das Festas da Cidade do Porto
1946-1947	Concurso da Cantiga de São João	Delegação do SNI no Porto/ Emissora Regional do Norte
1947-1958	Concurso dos Jardins dos Bairros Económicos	Delegação do SNI no Porto
ANOS	**OUTROS CONCURSOS**	**RESPONSABILIDADE**
1938	Concurso d'Aldeia Mais Portuguesa de Portugal	SPN
1941	Concurso de Monografias Regionais	SPN/Revista *Panorama*
1941	Concurso do Passeio Ideal	SPN/Revista *Panorama*
1941- 1962 (?)	Concurso das Estações Floridas	Serviços de Turismo do SPN/SNI
1943-1944	Concurso da Casa *Panorama*	SPN/Revista *Panorama*
1945 -?	Concurso do Cartaz de Turismo	Serviços de Turismo do SPN
1945 (?)	Concurso das Tintas e Flores	SNI
1945 – (?)	Iniciativa de Sinalização Pitoresca das Estradas	SNI/ACP/JAE
1949	Primeiro Concurso da Cozinha Regional	SNI

Tabela 1. Concursos lançados por António Ferro e pelo SPN/SNI (Fonte: autor)

Destacam-se, assim, e a título exemplificativo, o Concurso das Estações Floridas (de caminhos de ferro); o Concurso de Montras (de estabelecimentos comerciais); o Concurso da Casa Panorama (destinado a alunos de Arquitetura e jovens arquitetos, que deveriam apresentar modelos para casas de fim de semana, que se guiassem pelas divisas de bom gosto, comodidade e economia); o Concurso de Tintas e Flores (tendo como intuito melhorar o aspeto paisagístico dos elementos adjacentes às estradas nacionais, pela pintura de edificações, pelo ajardinamento dos terrenos baldios ou desaproveitados junto destas estradas, e, mesmo, pela utilização de tabuletas de sinalização de "bom gosto" dentro das povoações ou pela apresentação dos números das portas das casas com os motivos ingénuos e "portugueses"). Outras iniciativas fizeram-se em colaboração com organismos públicos, como a sinalização pitoresca das estradas – em colaboração com a Junta Autónoma das Estradas, que tratava do arranjo e embelezamento das bermas das estradas, através do seu ajardinamento, procurando-se agora uma sinalização artística das mesmas, que atraísse o olhar dos turistas – ou a ornamentação florida das janelas, principalmente nas cidades de Lisboa e Porto, em conjunto com as respetivas autarquias. É de realçar que a ação do organismo tutelado por Ferro neste campo dos concursos não terá sido de total inovação mas, antes, uma estratégia que oficializava e dinamizava, de forma mais global e sofisticada, iniciativas que subsistiam previamente, dando-lhes um cariz modernista.

Pela sua importância, destaca-se aqui o Concurso de Montras, o primeiro dos concursos lançados pelo Secretariado, e que teve edições sucessivas[7]. Surgido em 1941, em Lisboa, partia do pressuposto de Ferro, de que "as montras dos estabelecimentos comerciais são [...] os palcos duma cidade, exposição permanente e multiforme da sua mentalidade, do seu progresso ou do seu atraso, do seu Mau Gosto ou Bom Gosto" (Diário de Notícias, 1940: 1-2). Considerando o "indiscutível mau gosto [que] não tem escapado aos jornalistas e escritores estrangeiros que nos visitam", para o diretor do Secretariado a solução era clara:

> *"O que os nossos comerciantes precisam, se querem ombrear com os seus colegas americanos ou franceses, é aproximarem-se, francamente, dos artistas, solicitarem a sua colaboração, criando, pouco a pouco, a especialidade, que existe lá fora, dos compositores de montras. Enquanto não o fizerem [...], as nossas ruas continuarão a oferecer o aspecto pesado, sorna, que lhes vem do jazigo das suas montras" (Ferro, 1937: 1).*

Todavia, o público português não era esquecido por Ferro: considerando "a rua o teatro dos pobres, a biblioteca dos iletrados" (Ferro, 1949a: 12) que melhor instrumento de cultura popular do que o concurso, encarado como forma de doutrinamento estético e de afinação da sensibilidade...?

Este concurso serviu igualmente de modelo para os restantes, quer na tipologia do júri, quer nos prémios oferecidos. Assim, sendo os júris normalmente constituídos por vários elementos, escolhidos na sua generalidade pelo Secretariado, existia sempre um delegado do SPN, que servia para desempatar a votação em caso de necessidade, materializando desta for-

7 Na realidade, o primeiro concurso foi o da Aldeia mais Portuguesa de Portugal, planeado para ser um evento a realizar-se de dois em dois anos mas que acabou por ter apenas uma edição, em 1938.

ma a visão, política e ideologicamente orientada, deste organismo. Quanto aos prémios, incluíam normalmente valores monetários e galardões (taças, placas, etc.). No caso em análise, o regulamento previa a abertura do concurso entre os estabelecimentos das artérias de Lisboa, independentemente do ramo de negócio, procurando-se distinguir aquele que revelasse "a melhor harmonia de conjunto de montra ou montras: arquitectura própria em relação com a fachada do prédio, decoração conjugada com a apresentação interior do estabelecimento, originalidade do reclamo, bom gosto e valorização dos artigos expostos" (Secretariado Nacional de Informação, 1941: 4). Para os premiados foram estabelecidas duas categorias: a categoria A, com um único prémio, a Taça de Prata, e a categoria B, com três prémios monetários, de 2 000$00, 1 500$00 e 1 000$00, sendo que o que as diferenciava era a presença obrigatória, na primeira, de um artista-decorador. Assim, ao artista-decorador autor do projeto e da sua realização na categoria A seria atribuído um prémio de 2 000$00; para a categoria B, no caso de montras cujos autores fossem artistas, estes receberiam prémios pecuniários correspondentes aos valores estabelecidos para os três prémios existentes. Reforçava-se desta forma a noção de Ferro, que via os artistas da equipa do SPN como os "encenadores naturais da vida" (Ferro, 1949a: 12).

As edições do concurso de montras sucederam-se a partir de 1941, com o Secretariado a publicitar ativamente a iniciativa, incorporando-a em diversos momentos festivos. Assim, por exemplo, no Natal de 1945, o concurso ganhou um formato de montras natalícias e, em 1947, foi lançado um número especial, em conjunto com a União de Grémios de Lojistas de Lisboa e a Câmara Municipal, integrando o concurso no programa comemorativo do VIII Centenário da Tomada de Lisboa aos Mouros.

Fora de Lisboa, este concurso do Secretariado terá sido, porventura, o modelo mais replicado, podendo-se observar iniciativas semelhantes em diversas cidades do país. Assim, o Porto acolheu o concurso, integrando-o primeiro nas festas do Maio Florido[8], em 1946 e, depois, no programa das Festas da Cidade, numa iniciativa conjunta da Comissão Executiva das Festas e do SNI, tendo perdurado até 1952, quando se verificou o fim das Festas da Cidade organizadas pela edilidade. Em Ponta Delgada, o Grémio do Comércio, no seguimento da comemoração do quarto centenário de elevação a cidade, em 1946, mostrou-se disposto a promover um concurso de montras e, em Cascais, em abril de 1941, o *Diário de Notícias* referenciava um concurso de montras, organizado pela Sociedade Propaganda de Cascais, em conjunto com a Câmara Municipal e a Junta de Turismo da vila, em moldes muito idênticos aos do concurso lançado pelo SPN, constituindo parte de um conjunto de medidas que procuravam promover o comércio local, dotando-o de condições de competitividade e recriando a vocação turística da povoação.

8 O Maio Florido foi uma iniciativa do SNI para a cidade do Porto, ideia de Ferro, inspirado porventura nas festas do Maio florentino. Compreendia um conjunto de manifestações de caráter cultural e artístico, com iniciativas como conferências; a Exposição de Arte Moderna para os Artistas do Norte; concertos da Orquestra Sinfónica Nacional e sessões cinematográficas; festivais populares e a festa anual da rádio. Festa de louvor às gentes do Porto, funcionava em simultâneo como cartaz de turismo, interno e externo.

V – Notas finais

A geografia dos espaços turísticos nacionais era composta, até à instauração da República, por um pequeno conjunto de aglomerados e estâncias. A efetiva *turistização* do território português, centrada em localidades pitorescas do ponto de vista etnográfico e de relevo histórico-cultural, é uma tarefa levada a cabo no Estado Novo, muito graças à expansão da rede ferroviária e à ação de António Ferro e do Secretariado de Propaganda Nacional. Todavia, em ambos os momentos históricos, o discurso turístico enquadrou-se nos respetivos programas político-ideológicos, procurando fomentar sentimentos patrióticos e nacionalistas.

Desta forma, a aposta de António Ferro no turismo subscreveu-se no âmbito de uma encenação da vida nacional, projetando uma imagem de Portugal, para portugueses e estrangeiros, de acordo com a ideologia do regime. Pode-se assim afirmar que Ferro parece ter procurado uma "politics of beauty", que produzisse "the union of the political and the aesthetic worlds" (Zúquete, 2005: 55), concordando-se com Margarida Acciaiuoli quando refere que, pela mão de António Ferro e da sua "Campanha do Bom Gosto", se verificou uma transformação dos próprios artistas em "decoradores da acção política" (2008: 16).

A referida campanha permitiu a promoção externa da imagem de uma Nação moderna, de um país onde o bom gosto, esteticamente falando, correspondia, no plano político, a uma sociedade de ordem, onde o presente e o passado conviviam harmoniosamente. Internamente, pretendia-se disseminar o sentimento patriótico para o plano do quotidiano das populações, naquilo que se pode considerar como uma forma de "banal nationalism" segundo Michael Billig (1995), um nacionalismo que se reproduz no dia-a-dia, tomando a Nação como facto adquirido, contribuindo, desta forma, para naturalizar a sua existência. O discurso político-ideológico revestiu-se, assim, de uma capa de sedução, sustentada turisticamente.

Todavia, depois da saída de Ferro do Secretariado, verificou-se uma mudança no entendimento político do turismo, bem como das opções estéticas de Ferro neste campo. Face ao aparecimento do turismo de massas, assistiu-se ao retomar da visão económica do turismo do período da I República, considerando-se então que este seria um importante manancial de divisas, que poderia ajudar a equilibrar de algum modo a balança económica desfavorável dos anos cinquenta. Mas, se o entendimento político mudou, os ícones da Nação estadonovista identificados e utilizados pelo diretor do SPN continuaram a ser os mesmos, ainda que revestidos de novas roupagens, de acordo com os gostos, as cores e as linhas estéticas de cada momento. Analisando as marcas identitárias do Portugal atual, pode-se afirmar que o seu legado sobreviveu ao salazarismo e à passagem do século. Com efeito, se é verdade que Ferro, homem do mundo, propagandista, mudou a forma como o mundo olhava para Portugal, é igualmente verdade que mudou também a forma como muitos portugueses olhavam e olham ainda para o seu país: "It was then that a definition of a Portuguese visual identity was achieved; many decades later we still live surrounded by national concepts, images and stereotypes that were then generated" (Bártolo, 2012: 271).

Esta recriação da identidade nacional foi conseguida através de uma política de fomento cultural, a "Política do Espírito", que possibilitou a instauração de um novo paradigma estético. Desta forma, a inovação formal de cariz modernista introduzida por Ferro e pela sua equipa de artistas-decoradores no setor do turismo nacional permitiu a materialização de uma ideia de Portugal afeta ao regime, mas coadunando-se igualmente com a visão de Portugal de António Ferro, de um país em simultâneo moderno e tradicional.

Em resumo: Ferro deixou claramente uma marca no tempo. Pode-se gostar ou não da figura, mas António Ferro era um homem com um projeto e a sua herança é ainda visível no Portugal democrático do século XXI.

Bibliografia

Acciaiuoli, Margarida. "O duplo jogo da arte e do poder". In *Arte e Poder*, edited by Margarida Acciaiuoli, Joana Cunha Leal and Maria Helena Maia, 13-24. Lisboa: Instituto de História de Arte/Estudos de Arte Contemporânea, 2008.

Aguiar, Filipa. "Turismo e Propaganda Política: o Estado Novo e as ditaduras contemporâneas (1930-1950)". Master diss., Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2008.

Bártolo, Carlos. "The doctrines of Good Taste". In *Design Frontiers: Territories, Concepts, Technologies. ICDHS 2012 - 8th Conference of the International Committee for Design History & Design Studies*, edited by Priscila Lena Farias, Anna Calvera, Marcos da Costa Braga and Zuleica Schincariol, 268-272. São Paulo: Blucher, 2012.

Billig, Michael. *Banal Nationalism*. London: Sage Publications, 1995.

Brito, Sérgio Palma. *Notas sobre a evolução do viajar e a formação do turismo*. Lisboa: Medialivros, 2003.

Bourdieu, Pierre. *O Poder Simbólico*, 4ª ed. Lisboa: Difel, 1989.

Ferro, António. *Viagem à volta das ditaduras*. Lisboa: Empresa Diário de Notícias, 1927.

Ferro, António. *Dez Anos de Política do Espírito: 1933-1943*. Lisboa: SPN, 1943.

Ferro, António. *Artes Decorativas*. Lisboa: SNI, 1949a.

Ferro, António. *Turismo. Fonte de Riqueza e de Poesia*. Lisboa: SNI, 1949b.

Figueiredo, Fausto. *Organização do turismo*. Lisboa: Sociedade Nacional de Tipografia, 1936.

Leal, Ernesto Castro. "O imaginário de Lisboa no jovem António Ferro. Notas de investigação antológica (1918-1823)". *CLIO- Revista do Centro de História da Universidade de Lisboa*, Nova Série, 8 (2003): 103-116.

Rebelo, José. *Formas de legitimação do poder no Salazarismo*. Lisboa: Livros e Leitura, 1998.

Vidal, Frédéric and Aurindo, Maria José. "Turismo e identidade nacional: uma nova imagem para Portugal". In *Viajar. Viajantes e turistas à descoberta de Portugal no tempo da I República*, edited by Maria Alexandre Lousada and Ana Paula Pires, 119-125. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010.

Zúquete, José Pedro. "In search of a new society: an intellectual between modernism and Salazar". *Portuguese Journal of Social Sciences*, 4, 1 (2005): 39-59.

Fontes Hemerográficas e Arquivísticas

ANTT. *Arquivo Salazar*, *Plano duma campanha de lusitanidade em toda a América, em especial no Brasil*, PC-12E, box 662, March, 1942, 33.

ANTT. *Secretariado Nacional de Informação*, *Concurso de Montras – Regulamento*, box 5556, April 30, 1941, 4.

Ataíde, José. "O Turismo no ressurgimento do País", *A.C.P., Revista Ilustrada de Automobilismo e Turismo*, January, 1931, 18.

Ferro, António. "A Fachada", *Diário de Notícias*, October 18, 1937, 1.

Ferro, António. "Turismo como factor político", *Diário de Notícias*, November 22,1939,1.

Ferro, António. "Problemas essenciais em vias de solução", *Diário de Notícias*, September 12, 1945, 4.

Fonseca, Joaquim Roque da. "Portugal, País de Turismo", *A.C.P., Revista Ilustrada de Automobilismo e Turismo*, April, 1932, 39.

"O I Congresso Nacional de Turismo", *A.C.P., Revista Ilustrada de Automobilismo e Turismo*, January, 1936, 59.

"Uma curiosa exposição de montras promovida pelo S.P.N.", *Diário de Notícias*, June 13, 1940, 1-2.

Nota Biográfica

Doutora em História Contemporânea pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, com a tese "Imagens e representações de Portugal. António Ferro e a elaboração identitária da Nação". Professora-Adjunta na Escola Superior de Educação do Politécnico do Porto. Investigadora integrada do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória»/Universidade do Porto e investigadora colaboradora do InED – Centro de Investigação e Inovação em Educação/Escola Superior de Educação do Porto. Áreas de investigação: políticas e organismos culturais do Estado Novo, com enfoque no SPN/SNI; estudos folcloristas portugueses nos séculos XIX e XX, em ligação com questões da identidade nacional; cinema e turismo no Estado Novo.

As Edições de Turismo do SPN/SNI sob António Ferro: Cristalização de uma Imagem

Ana Quintas

Resumo

Em 1936 realizou-se, em Lisboa, o I Congresso Nacional de Turismo. Das teses nele discutidas várias propunham uma reorganização completa da indústria turística portuguesa. Salazar iria dar uma resposta às pretensões dos congressistas ao transferir o sector do turismo da alçada do Ministério do Interior para a do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), em 1940, e, ainda de uma forma mais acentuada, com a transformação do próprio SPN em Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI), em 1944. Sob a direcção de António Ferro, estes dois organismos tentaram pôr em prática várias iniciativas cujas linhas de força provinham de ideias apresentadas no I Congresso Nacional de Turismo. Uma dessas iniciativas foi a publicação de edições turísticas para divulgação de Portugal no estrangeiro. Que país aparece nessas publicações? Que imagens o mostram e onde elas se enquadram na "Política do Espírito" de António Ferro? De que forma elas contribuem para a construção de uma ideia de Portugal? Através de uma análise gráfica a algumas dessas edições procurei responder a estas questões.

Palavras-chave: Turismo, Design, Portugal, Identidade

Abstract

The First National Congress of Tourism took place in Lisbon in 1936. Of the theses presented there, many proposed a complete reorganization of the Portuguese tourism industry. Salazar would answer the congressmen's pretentions by transferring the tourism sector from the responsibility of the Ministry of the Interior to the *Secretariado da Propaganda Nacional* (SPN – National Propaganda Secretariat) in 1940, and, in an even more vehement way, when he transformed SPN itself into the *Secretariado da Informação, Cultura Popular e Turismo* (SNI – National Secretariat for Infor-

mation, Popular Culture and Tourism) in 1944. Under the direction of António Ferro, these two governmental institutions tried to put into practice several initiatives whose main guidelines had come from ideas presented in the First National Congress of Tourism. One of these initiatives was the issuing of tourist publications advertising Portugal abroad. How does Portugal appear in these publications? By what kind of images and where do they fit in António Ferro's "Política do Espírito"? In what way do they contribute to a construction of an idea of Portugal? Through an analysis of the graphic design of some of those publications I will answer these questions.

Keywords: Tourism, Design, Portugal, Identity

Introdução

O objectivo deste trabalho é analisar o design gráfico de algumas edições turísticas produzidas pelo Secretariado da Propaganda Nacional / Secretariado Nacional da Informação (SPN/SNI) durante os anos 40. Que Portugal aparece representado nessas publicações? Que imagens o mostram e onde elas se enquadram dentro da "Política do Espírito" de António Ferro? De que maneira elas contribuem para a construção de uma ideia de Portugal? Estas foram as perguntas que guiaram o presente estudo.

O ano de 1933, com o plebiscito e posterior adopção da nova Constituição Portuguesa, marca o início da Ditadura nacionalista do Estado Novo (1933-1974), à frente da qual estava o Presidente do Conselho, António de Oliveira Salazar. Para difundir o pensamento de Salazar e, ao mesmo tempo, para estabelecer uma política cultural de características nacionalistas – a chamada "Política do Espírito" – é criado, em Outubro de 1933, o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), sob direcção do jornalista António Ferro. No discurso inaugural, Salazar definia um dos grandes objectivos do organismo: apresentar aos portugueses a sua própria cultura e, com isso, fomentar o orgulho neles próprios e nas suas capacidades enquanto povo (vd. *ibidem*: 261-262).

1. O I Congresso Nacional do Turismo e o SPN

O interesse por tudo o que era português não se circunscreveria às iniciativas do SPN mas passaria também à sociedade civil. Entre 12 a 16 de Janeiro de 1936, ano em que se celebrava o décimo aniversário da Revolução Nacional, realizou-se o I Congresso Nacional do Turismo.

Os organizadores esperavam que o congresso viesse a ser um instrumento relevante e activo nas mudanças que se achavam imprescindíveis para o sector. Daí a tónica nas teses que apresentavam planos para uma completa reformulação da indústria turística portuguesa (vd. *I Congresso Nacional de Turismo: Teses*. 1936). Um ponto comum a quase todas elas era o papel interventor que o Estado deveria assumir na organização do turismo nacional. As propostas recaíam na criação de um organismo supervisor, de preferência directamente dependente da Presidência do Conselho (e não estando, como até aí acontecia, sob a alçada do Ministério do Interior), que congregasse toda a actividade turística, nas suas múltiplas facetas. Outras propostas prendiam-se com o melhoramento da propaganda, a criação de

pousadas e o aproveitamento da etnografia e da arte popular portuguesas como potenciadoras do turismo.

Surpreendente, ao ler-se as teses do congresso, é o pouco destaque dado às iniciativas do SPN, tendo em conta que algumas das áreas referidas, nomeadamente as relacionadas com o folclore e a etnografia, vinham a ser exploradas por este organismo. Ainda no ano anterior, António Ferro organizara a Quinzena de Arte Popular, em Genebra, com uma exposição de arte popular portuguesa. Era a primeira exposição organizada pelo SPN no estrangeiro e a primeira tentativa de, nas palavras de António Ferro, "tornar acessíveis a estranhos as riquezas e os valores espirituais de todo um agregado nacional" (SNI, 1948). Os portugueses iriam poder vê-la, em Lisboa, em Junho de 1936. Apesar disso, com excepção de menções esporádicas e breves, o trabalho do SPN é votado ao silêncio.[1]

Nos anos seguintes, António Ferro continuaria com projectos de algum destaque como a organização do pavilhão de Portugal na Exposição de Paris, em 1937, onde a participação nacional saiu premiada, e nas Exposições de Nova Iorque e de São Francisco, em 1939. Pelo meio, em 1938, a realização do concurso "A Aldeia Mais Portuguesa de Portugal", uma iniciativa paradigmática do lugar central que, para António Ferro, ocupavam o folclore e as tradições populares no programa da "Política do Espírito". Eles seriam o solo de onde, segundo ele, poderia nascer uma arte verdadeiramente nacional.

Em Fevereiro de 1940, Salazar respondia aos anseios do I Congresso de Turismo mas talvez não da maneira esperada. Em vez de criar um organismo novo como fora pedido pelos congressistas, transferiu para o SPN as responsabilidades do Conselho Nacional de Turismo, órgão que deixava de estar na dependência do Ministério do Interior para passar a funcionar junto ao SPN, em funções meramente consultivas.[2] Com a transformação do SPN em Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (SNI), em 1944, o novo organismo passava a ser o responsável máximo pelo planeamento, organização e execução de uma política de turismo para Portugal.[3]

Para António Ferro o turismo não era uma "pequena e frívola indústria" mas sim "o grande jardim do progresso moderno", algo que completava o programa de renovação nacional idealizado pelo Estado Novo. Ao turismo cabia "o altíssimo papel de encenador e decorador da própria Nação" (Ferro, 1949: 34-35). Ficar responsável pelo turismo era uma consequência natural de tudo o que António Ferro vinha fazendo desde 1934. A renovação da arte nacional que a "Política do Espírito" implicava tinha como extensão a divulgação desta no estrangeiro, e, por seu lado, essa divulgação pressupunha necessariamente um investimento na "valorização de toda a obra nacional" (Ferro, 1949: 35). Daí a interligação, e a ambiguidade, que existe entre o programa etnográfico do Secretariado e o seu programa turístico. Muitas vezes não se sabe onde começa um e acaba o outro. Se o turismo para António Ferro tinha como principal missão ser o "encenador e decorador" da própria nação, essa nação era por força uma construção. Desta forma, subjacente ao programa turístico do Secretariado está a ideia da necessidade de criar uma imagem, uma identidade, para Portugal.

2. Imagens de Portugal nas edições turísticas do SPN

Em 1939 era editado, pelo SPN, o álbum fotográfico *Images Portugaises*. Legendado em francês, mostrava vários aspectos da história, arte, paisagem, gastronomia, costumes, bem como imagens de actividades governamentais e do próprio SPN. A fotografia de abertura, representando, em primeiro plano, uma cruz e ao fundo um castelo, sobre a legenda "Les chateaux forts et la croix, signes éternels. L'Indépendance e la Foi présidèrent toujours aux destinées du Portugal" (SPN, 1939), resume perfeitamente o Portugal do Estado Novo (fig. 1).

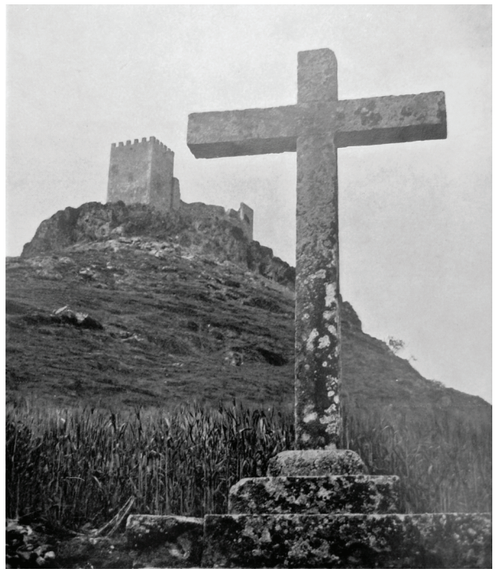


Figura 1. Fonte: *Images Portugaises*, SPN, 1939.

1 O congressista Luiz Teixeira, na tese "Acção Turística", refere a exposição de Arte Popular, de Genebra.
2 Ver Decreto nº 30:289, de 3 de Fevereiro de 1940.
3 Ver Decreto-lei nº 33:545, de 23 de Fevereiro de 1944.

Aqui estão, condensados em signos visuais, os grandes temas ideológicos do regime: o passado e a fé, a eternidade da nação ligada aos valores ancestrais da História e da Religião. O castelo, símbolo da persistência portuguesa ao longo dos tempos, da nossa independência, e a cruz, símbolo da religiosidade do povo português e do espírito missionário que Portugal espalhou pelo mundo. É uma imagem que responde também à ansiedade vivida nesse ano de 1939 em relação à incerteza no futuro (a mesma retórica de Portugal como país eterno apareceria no discurso de António Ferro na inauguração do pavilhão português na Exposição de Nova Iorque).[4]

Se *Images Portugaises* começava com uma fotografia que remetia para o passado e os valores eternos a ele associados, fechava com outra que pode ser vista como uma continuação daquela: a da viagem do Presidente da República às colónias africanas. O Império Colonial erguido no passado ainda existia no presente e a viagem de Carmona era a prova disso. Desta maneira se forjava a ligação, tantas vezes repetida pela ideologia oficial, entre o passado e o presente, sendo o presente, sob a égide de Salazar, o herdeiro e ao mesmo tempo o perpetuador desse passado.

Entre estas duas imagens, o álbum mostrava Portugal ao leitor. A escolha e a disposição das fotografias lado a lado foi pensada para estabelecer contrastes ou para reforçar uma ideia. Contrastes entre planos gerais de paisagens e grandes planos de objectos; entre dois modos diferentes de vida, o de um guardador de porcos, representando "o homem da terra" e o de um pescador da Nazaré, representante do "homem do mar"; entre a sumptuosidade de uma arte para a realeza e a simplicidade da arte popular; entre o movimento dos campinos a cavalo e a quietude da ponte sobre o Tejo; entre os monumentos históricos e os exemplos de arquitectura moderna.

Por detrás destes contrastes estava a sempre presente ligação ideológica do regime ao passado enunciada anteriormente. Às imagens de monumentos históricos justapõem-se as fotografias do Portugal do Estado Novo, como se estas só pudessem ser compreendidas na totalidade tendo como pano de fundo aquelas. Assim, uma imagem da Torre de Belém vem acompanhada de outra mostrando bacalhoeiros de partida para a Terra Nova – os marinheiros de hoje comparados aos descobridores de outrora –; os painéis de S. Vicente aparecem lado a lado com a estátua de Salazar do escultor Francisco Franco; a viagem de Carmona a África junto ao padrão de Diogo Cão no rio Zaire revelava aos leitores a antiguidade e a continuidade do Império Português. As fotografias são o lugar onde nação e estado, cultura e política se confundem, como é próprio das ideologias nacionalistas (vd. Gellner, 1983). O prefácio de António Ferro, onde ele refere Portugal como sendo um país "onde o hoje e o ontem são verdadeiros sinónimos", onde "o Passado é, ao mesmo tempo, verso e reverso do Presente" (SPN, 1939), serve de moldura a todas as fotografias de *Images Portugaises*, afectando mesmo aquelas aparentemente "apolíticas" como as que mostram paisagens, objectos e produtos comerciais. E as legendas ajudam a reforçar essa moldura.

Por ocasião das Comemorações do Duplo Centenário, celebradas em 1940, o SPN, sob a chancela da Secção de Propaganda da Comissão Nacional dos Centenários, editou o livro *Paisagem e Monumentos de Portugal*, da autoria de Luís Reis Santos e Carlos Queirós, com fotografias de Mário Novais. Tal como o título indica, o álbum tinha como objectivo apresentar Portugal através das suas paisagens e monumentos históricos. A intenção era fazer isso de uma forma sistemática e científica (havia amplas referências a fontes em notas de rodapé), no entanto, essa intenção era traída pelo facto dos textos, em especial o de Carlos Queirós sobre a paisagem, expressarem uma visão do campo coerente com a propaganda salazarista. Isto pode ser visto nas menções à simpatia, à ingenuidade quase infantil e à honestidade natural dos camponeses, à placidez laboriosa da vida rural, ao encanto, feminilidade, serenidade e lirismo da paisagem portuguesa. A este olhar sobre o campo, as fotografias de Mário Novais servem de complemento, imbuídas como estão de uma calma bucólica e pitoresca (fig. 2).



Figura 2. Fonte: Luís Reis Santos, Carlos Queirós, *Paisagem e Monumentos de Portugal*, Comissão Nacional dos Centenários, 1940. Fotografia: Mário Novais.

4 "Portugal will only cease to be, when the world comes to an end!" (Portugal in New York World's Fair. 1939)

Para o autor, a vantagem da paisagem portuguesa era o facto de não estar ainda "contaminada" pela "civilização" conseguindo manter assim a sua "pureza" enquanto atracção turística. É desta forma que *Paisagem e Monumentos de Portugal* revela a sua dupla natureza de objecto de propaganda e objecto turístico.

Foi no ano seguinte, que o SPN começou a publicar *Panorama*, "revista portuguesa de Arte e Turismo", com direcção literária de Carlos Queiroz e gráfica de Bernardo Marques. Ela seria o principal órgão de propaganda do Secretariado e continuaria a ser editada até 1974. No texto de apresentação afirmava-se que *Panorama* seria o lugar onde se evocaria "o que há de mais vivo e característico no País, e lhe imprime, por isso, fisionomia própria, expressão diferenciada" ("Apresentação", 1941).

O programa englobava não só mostrar a arte, a paisagem e os costumes populares mas também as iniciativas do Estado Novo em campos mais técnicos como as obras públicas e a indústria, daí encontrarmos artigos sobre campinos ou festas e romarias lado a lado com textos sobre o Porto de Leixões ou o Instituto Pasteur de Lisboa, embora estes últimos não fossem tão abundantes como os primeiros. Tal como a própria "Política do Espírito", *Panorama* misturava modernismo com nacionalismo. Isso pode ser visto no próprio conceito de turismo proposto no texto de apresentação. Nele, a actividade turística assume a dupla função de ser uma forma de estimular aquelas características que, aos olhos do SPN, tornavam o povo português único e, ao mesmo tempo, uma actividade económica capaz de gerar empregos e de contribuir para o progresso do país.

Graficamente a *Panorama* reflectia este espírito. O povo aparece várias vezes representado nas capas, quer de forma estilizada quer de forma lírica e poética. No interior, os artigos vinham ilustrados com desenhos, em particular os que abordavam temas ligados ao campo, ao turismo, aos bairros típicos, a costumes locais e arte popular, a contos e poemas. Mesmo os mapas das secções de turismo revelavam um Portugal desenhado com o traço delicado e minucioso de Bernardo Marques (fig. 3).

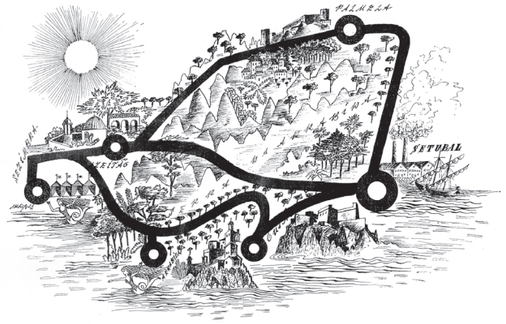


Figura 3. Fonte: *Panorama*, nº 11, SPN, 1942. Ilustração: Bernardo Marques.

Para além deste, muitos outros artistas colaboraram na revista como Paulo Ferreira, Maria Keil, Tom, Carlos Botelho, Manuel Lapa. No entanto, havia textos que eram acompanhados só por fotografias. Estes versavam especialmente temáticas ligadas à indústria, às obras públicas e a outras actividades promovidas pelo Estado Novo e pelo SPN. Aqui era um outro Portugal que se mostrava, não um país rural mas um país moderno, desenvolvido, com fábricas, caminhos de ferro, portos, estradas, armazéns frigoríficos, postos de rádio, bairros de operários (fig. 4).



Figura 4. Fonte: *Panorama*, nº 9, SPN, 1942.

Apesar dos artigos de temática regional, por exemplo textos sobre a faina da pesca ou o trabalho artesanal, poderem ser ilustrados só por fotografias, o mais comum era elas aparecerem complementadas por desenhos, pequenas ilustrações cuja delicadeza e pormenor de traço contrastavam

com a mancha das imagens fotográficas. O mundo rural que os desenhos revelam é um mundo de ordem, tranquilidade, simplicidade, paz. Portugal era visto como um microcosmo idílico, onde tudo tinha o seu lugar. As fotografias conferiam verosimilhança a este olhar sobre o país. Ao longo dos anos 40, a *Panorama* manteria, sem grandes alterações, o mesmo estilo gráfico que podemos classificar de uma forma geral como modernismo nacionalista.

A edição de monografias turísticas era uma das facetas do plano do Secretariado de incentivo ao turismo. Um exemplo é a obra *Portugal: Síntesis Turística Ordenada por Regiones o Províncias*, publicado em 1944, com texto de Norberto Araújo e ilustrações de Manuel Lapa, e destinado ao mercado espanhol.

Como era aí Portugal retratado? Como o próprio título indica, o país aparecia dividido por províncias, uma por capítulo. As províncias eram apresentadas aos leitores através de pequenas gravuras de Manuel Lapa e uma pequena frase descrevendo de uma forma sucinta e algo poética a região. As gravuras mostravam personagens vestidas com os trajes típicos das províncias retratadas ou focavam aspectos ligados à vida popular como uma mulher a fiar linho, no capítulo sobre o Minho, outra a assar castanhas, na secção da Estremadura. Em cada capítulo, Portugal surgia em fotografias de paisagens, monumentos históricos, aldeias e instantâneos da vida no campo. Cada região tinha alguma coisa de típico para oferecer ao visitante: campinos no Ribatejo, chaminés algarvias, os socalcos do Douro. Era um país essencialmente rural e bucólico que se apresentava ao leitor. Os monumentos e estatuária estavam lá para lembrar que havia um passado a ter em consideração. No nacionalismo do Estado Novo, história e tradição eram vectores complementares do mesmo modo de sentir o país e o seu lugar no mundo. Tal como António Ferro dissera no discurso inaugural da Pousada de Elvas, em 1942, Portugal, perante o ecoar da Guerra, necessitava de se "refugiar na tradição" e de "consolidar e reforçar, cada vez mais, as muralhas do [...] passado" (Ferro, 1949: 71). *Portugal: Síntesis Turística* terminava com um mapa do país, desenhado por Roberto Araújo. Também aqui as diferentes províncias apareciam identificadas por personagens vestidas com trajes regionais. Desenhadas num traço estilizado que as reduzia às suas linhas essenciais, estas personagens funcionavam quase como imagens de marca, podendo ser facilmente reconhecidas por um público estrangeiro.

Dois anos após a publicação de *Portugal: Síntesis Turística*, o SNI editava *Portugal: Breviário da Pátria para os Portugueses Ausentes* com o propósito, anunciado por António Ferro no prefácio, de dar um panorama do país aos emigrantes portugueses. Esse panorama não se queria completo ou enciclopédico, mas sim uma síntese que mostrasse a alma portuguesa. O livro seria assim, nas palavras de António Ferro, um "resumido Portugal", "uma miniatura da Pátria", que serviria para alimentar o "amor pátrio" dos emigrantes e também "para lhes ensinar certas respostas àqueles que, por desconhecimento ou má fé, pretendam diminuir, amesquinhar as suas origens" (Ferro, 1946). *Breviário da Pátria* estava dividido por secções dedicadas a um aspecto específico de Portugal e da sua cultura e escritas por especialistas como Orlando Ribeiro, Luís Chaves, João Ameal, Damião Peres, Marcelo Caetano, Reinaldo do Santos, Diogo de Macedo. Acompanhavam os textos inúmeros mapas, fotografias, ilustrações e desenhos. Das fotografias – que iam desde pormenores paisagísticos até reproduções de obras de arte – merecem destaque as que mostram tipos do povo português vestidos com os habituais trajes regionais ou ocupados em actividades tradicionais como a pesca ou o pastoreio, por, mais uma vez, ser o Portugal rural que aparece como imagem identificativa do país. O mesmo pode ser visto no friso de personagens da ilustração interior, da autoria de Manuel Lapa (fig. 5).



Figura 5. Fonte: *Breviário da Pátria para os Portugueses Ausentes*, SNI, 1946. Ilustração: Manuel Lapa.

O Secretariado complementava os livros síntese sobre Portugal com monografias regionais ou brochuras de locais cujo potencial para o turismo era já reconhecido. Lisboa, Porto, Arrábida, Alcobaça e Batalha, Sintra foram algumas localidades a que o SPN/SNI dedicaria roteiros turísticos, alguns em português outros em língua estrangeira. Para além destas o Secretariado iria ainda publicar monografias sobre terras ainda por descobrir e que poderiam despertar a curiosidade do viajante estrangeiro.

A primeira dessas monografias, publicada em 1944, seria *Linhares*, da autoria de José Franco, com fotografias do próprio e desenhos de Manuela. Este "esboço", assim o chama o autor, percorria vários aspectos da aldeia de Linhares, no concelho de Celorico da Beira, desde a sua história, geografia, clima, gastronomia, arte popular, vestuário e superstições. O texto vinha acompanhado por pequenas fotografias que revelavam particularidades da paisagem e pormenores arquitectónicos, e por desenhos de traço amadorístico. Segundo o autor, o livro pretendia "contribuir [...] para a valorização de uma terra e de uma região" (Franco, 1944), à qual ele próprio era estranho.

Pode considerar-se uma obra como *Linhares* um exemplo da ambiguidade das monografias regionais editadas pelo SPN/SNI. Serão elas obras etnográficas ou obras turísticas? Parecem ser ambas, no entanto, o vector do turismo é preponderante. Era o próprio Secretariado que via as monografias como material de propaganda turística ao colocá-las na ala do turismo, na exposição *Catorze Anos de Política do Espírito*, realizada em 1948 (vd. SNI, 1948). Por outro lado, as próprias obras – apesar da intenção de rigor na pesquisa etnográfica – dão a impressão de estarem mais pensadas para darem projecção turística à localidade e região, ficando a componente etnográfica reduzida a um elemento de suporte na definição de uma tipologia que poderia ser usada como imagem de marca possível de ser exportada e consumida pelo público estrangeiro.

É possível que *Linhares* seja uma das publicações que resultaram dos concursos de monografias regionais iniciados pelo SPN, em 1941. Outra terá sido a obra dedicada a Freixo de Espada à Cinta, da autoria de Joaquim Augusto Ramos Taborda e publicada em 1948. Esta segue os mesmos moldes de *Linhares*, com mapas, plantas, fotografias da terra e desenhos (de autor desconhecido) espalhados pelos capítulos habituais dedicados à história e tradições locais. No cômputo geral, *Freixo de Espada à Cinta* parece-nos ter um carácter mais generalista do que *Linhares*, e, nesse sentido, é uma obra menos ambígua na sua condição de brochura turística.

Outra edição do SNI que merece ser referida é o livro *Algarve*, com texto de A. H. Stuart e ilustrações de Maria Keil. A data de edição não vem especificada mas acreditamos que não seja anterior a 1945. O livro estava escrito em inglês pois tinha como público alvo os falantes desta língua quer fossem turistas, simples viajantes ou potenciais residentes. O texto original é de 1941, como vem indicado na apologia que abre o livro, tendo, à medida que o tempo passava, sido adaptado às mudanças que iam ocorrendo na região algarvia.

Apesar do autor considerar *Algarve* uma monografia, na verdade o livro era mais um guia turístico, "eficiente como elemento de propaganda" mas sem pretensões eruditas, nas palavras de Tavares de Almeida, chefe dos Serviços de Informação e Imprensa do SPN.[5] Para além da escrita, fotografias e ilustrações mostravam o Algarve aos leitores. Que Algarve? A capa, da autoria de Maria Keil, ilustrando uma rua algarvia, dava o mote ao apresentar um cenário rústico, calmo, poético, algo nostálgico, próprio de uma cidade pequena que mantém ainda ligações ao campo. No interior, tanto as fotografias como as ilustrações prolongavam o sentido da capa: ruas estreitas e empedradas; casas de telha ornamentadas com as famosas chaminés algarvias; praias onde rochas escarpadas despontavam das águas; bosques com cascatas; amendoeiras em flor; algarvios vestidos com trajes regionais; instantâneos da vida quotidiana como a pesca do atum. É possível que Maria Keil tenha usado as fotografias como inspiração para as ilustrações pois sente-se uma complementaridade entre os desenhos e as imagens fotográficas (fig. 6 e fig. 7).



Figura 6. Fonte: A. H. Stuart, *Algarve*, SNI, 1945?

5 Nota presente no Arquivo Nacional da Torre do Tombo, espólio SNI, cx. 4301, assunto: "Algarve".

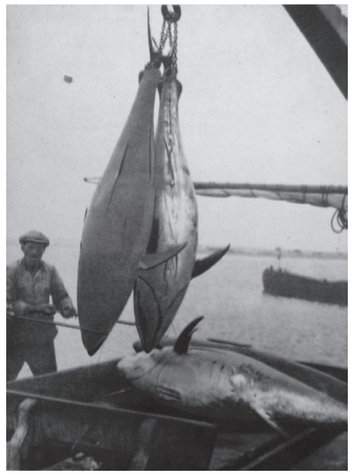


Figura 7. Fonte: A. H. Stuart, *Algarve*, SNI, 1945? Ilustração: Maria Keil.

Conclusão

Vimos alguns exemplos de edições turísticas do SPN/SNI durante a direcção de António Ferro. O Portugal que aparece retratado é essencialmente um Portugal rural. A aldeia, a igreja, a vida do campo, a arte popular, o trajar do povo, as festas e romarias, a religiosidade, as tarefas tradicionais, a paisagem – este é o país que António Ferro queria exportar em imagens bucólicas e pitorescas. Não esquecendo elementos da história passada, principalmente aqueles ligados às descobertas (a época de ouro) pois o povo que tinha "dado novos mundos ao mundo" era o mesmo que partia todos os anos para a Terra Nova, na pesca do bacalhau, o mesmo que lavrava a terra, colhia a fruta, lavava a roupa no rio, pastoreava ovelhas e cabras, cria em Deus. Na "Política do Espírito" de António Ferro, a recuperação etnográfica estava intimamente ligada com a expansão do turismo, e uma não podia ser entendida sem a outra. Portugal surgia assim como uma construção, a sua diversidade dividida em províncias, cada uma delas tendo algo único para oferecer e cada uma delas podendo ser identificada facilmente pelo respectivo traje regional, pedra basilar das artes populares, no entender do etnólogo e colaborador do SPN, Luís Chaves (vd. Chaves, 1936). Era uma construção totalitária pois não deixava espaço a outras alternativas de pensar e imaginar o país. Daí aparecer no título deste texto a expressão "Cristalização de uma imagem", pois foi isso mesmo que António Ferro pretendeu fazer, fixar Portugal numa só imagem, fácil de assimilar e com o propósito de ser repetida vezes sem conta.

E nisso reside o seu poder mas também a sua fraqueza.

Nota: Partes deste texto foram retiradas de um dos capítulos da minha tese de Doutoramento "Grafismo e Ilustração em Portugal nos Anos 40".

Bibliografia

I Congresso Nacional de Turismo: Teses. 1936. S.l.: s.n.

"Apresentação". 1941. *Panorama*, 1ª série, nº 1, 1941.

Chaves, Luís, pref. 1936. *Catálogo da Exposição de Arte Popular Portuguesa*. Lisboa: SPN.

Ferro, António, pref. 1946. *Portugal: Breviário da Pátria para os Portugueses Ausentes*. Lisboa: Edições SNI.

Ferro, António. 1949. *Turismo: Fonte de Riqueza e de Poesia*. Lisboa: Edições SNI.

Franco, José. 1944. *Linhares, Terra Beiroa: Esboço Monográfico*. Lisboa: Secretariado da Propaganda Nacional.

Gellner, Ernest. 1983. *Nations and Nationalism*. Oxford: Basil Blackwell Publisher. Edição portuguesa: – 1993. *Nações e Nacionalismo*, trad. Inês Vaz Pinto. Lisboa: Gradiva.

Portugal in New York World's Fair. 1939. S.l.: s.n.

Quintas, Ana. 2014. "Grafismo e Ilustração em Portugal nos Anos 40". Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa.

Salazar, Oliveira. 1935. *Discursos, 1928-1934*. Coimbra: Coimbra Editora.

Secretariado da Propaganda Nacional, ed. 1939. *Images Portugaises*. Lisbonne: SPN.

Secretariado Nacional de Informação, ed. 1948. *Catorze Anos de Política do Espírito*. Lisboa, Edições SNI.

Nota Biográfica

A autora nasceu no Porto em 1972. É licenciada em Design de Comunicação (Artes Gráficas) pela FBAUP, possui o Mestrado em Som e Imagem (Artes Digitais) pela Escola das Artes da Universidade Católica do Porto, e é doutorada em História da Arte Contemporânea pela FCSH da Universidade Nova de Lisboa, com a tese "Grafismo e Ilustração em Portugal nos Anos 40", financiada pela FCT. É Professora Auxiliar na Universidade Lusíada do Norte onde lecciona no curso de Design. Pertence ao Centro de Investigação em Território, Arquitectura e Design (CITAD), do Instituto Lusíada de Investigação e Desenvolvimento.

Entre a propaganda e a realidade: as"heterodoxias" de Leitão de Barros em relação ao turismo

José Guilherme Victorino

Resumo

Foi Leitão de Barros um dos mais empenhados e eclécticos artistas ao serviço do Estado Novo. Mas tal não o inibiu, com uma liberdade inusitada, de se tornar numa das vozes mais críticas dos pressupostos inerentes à imagem projectada pelo regime em relação ao turismo – actividade em que também foi precursor. De forma pedagógica, por vezes mordaz, esta faceta de Leitão de Barros constituiu uma singularidade nas práticas discursivas da imprensa da época, dominante sobre a qual este estudo também pretende refletir.

Palavras-chave: Turismo, Leitão de Barros, Propaganda, António Ferro, Salazar

Abstract

Leitão de Barros was one of the most committed and eclectic artists at the service of Salazar's regime. Still, this did not prevent him, with unprecedented freedom, from becoming one of the most critical voices of the presuppositions intrinsic to the image projected by the regime regarding tourism - an activity in which he was also a pioneer. In a pedagogical, sometimes scathing way, this facet of Leitão de Barros constituted a singularity in the discursive practices of the press of that period, a topic this study also intends to address.

Keywords: Tourism, Leitão de Barros, Propaganda, António Ferro, Salazar

Um apóstolo irreverente do Estado Novo

«Meio seguríssimo, não só de alta propaganda nacional como de simples propaganda política», como afirmou António Ferro (Ferro, 1949: 35), o turismo foi, durante as primeiras décadas do Estado Novo, um dos mais eficazes instrumentos de impregnação de um ideário – pretexto para também evidenciar a obra feita e para enaltecer aos olhos dos nacionais a sua paisagem e o seu património (Victorino, 2018: 428). Possivelmente influenciado pelo modelo mussoliniano de "indústria nacionalista"[1], apostando numa lógica de diferenciação, como bem observou Paulo Pina, a estratégia de António Ferro, através do SPN, Secretariado da Propaganda Nacional, depois SNI, Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (doravante SPN/SNI), consistiu em «propor ao mercado nacional e internacional uma escala (…) opcional de valoração turística (…) assente na enfatização de recursos de cariz "popular" (…), alternativa às atrações "eruditas" ou "cosmopolitas", tradicionais da época, em que o país se movia com pouco à-vontade» (Pina, 1988: 42).

Foi José Júlio Marques Leitão de Barros (1896-1967) um multifacetado artista, enquanto pintor, cenógrafo e dramaturgo, professor das cadeiras de Desenho e Matemática no ensino secundário, mas também activo jornalista e fundador de periódicos. Nascido um ano após António Ferro (desde cedo ligados a iniciativas comuns, como o *Teatro Novo*, em 1925), nutrindo um regular apreço mútuo ao longo dos anos[2], Leitão de Barros teve um papel fulcral em diversas atividades ligadas à propaganda do Estado Novo. Projetando as figuras de Salazar e de Carmona através do seu *Notícias Ilustrado*, passando pela criação dos álbuns *Portugal*, como Director dos Serviços Externos da Exposição do Mundo Português, pelos diversos cortejos de recriação histórica e pelas marchas populares, Leitão de barros foi ainda um activo cineasta, não só de grandes-metragens oficialmente subsidiadas e premiadas, como *Ala-Arriba* e *Camões*, mas também através de documentários enaltecendo a Mocidade Portuguesa e a Legião Portuguesa. Igualmente colaborador do SPN/SNI em outras sedes[3], este autor contou com o apoio assíduo de António Ferro, partilhando com ele, por outro lado, a incondicional admiração por Salazar que sobressai na sua correspondência[4].

Não deixou Leitão de Barros, por contraste, em fase subsequente, de utilizar os seus *Corvos*, crónicas semanais que começou a publicar no *Diário de Notícias*, a partir de 1953 (textos posteriormente compilados em dois volumes, com ilustrações de João Abel Manta [Barros, 195-?]), num contexto que o seu amigo António Lopes Ribeiro, outro apóstolo do regime, comentou da seguinte forma: «Os corvídios desabafos de Leitão de Barros provam que num país de anedota só devemos tomar a sério os humoristas»[5].

Muitos foram os temas, neste caso as *bicadas* que os *Corvos* dedicaram, na sua maioria tendo por mote a cidade que tem S. Vicente como padroeiro, designadamente às entidades camarárias e afins, dada também a posição de Leitão de Barros enquanto director do Grupo dos Amigos de Lisboa.

Como precursor intimorato em áreas em que a sua personalidade, culta, pragmática e cosmopolita, a um ritmo que poucos se permitiam acompanhar no Portugal desses anos, já em 1926 Leitão de Barros tinha permitido criticar-se, no seu *Domingo Ilustrado*, a instituição da censura prévia após o 28 de Maio, como nos recorda Afonso Cortez Pinto (Pinto, 2015: 206-207). *A posteriori*, já à frente do *Notícias Ilustrado*, ali promoveu reportagens, vide em 1930, sobre os "bairros de lata" lisboetas (Pinto, 2015: 153-155), que através de impressivas imagens em rotogravura (de que foi o precursor nos *magazines* portugueses), não podem ter deixado de provocar mal-estar, designadamente entre o governo e a propaganda enaltecedora do que então se estava a fazer no plano da erradicação dessas "chagas sociais", em período de incremento de obras públicas pelo regime.

Em parte por dificuldades financeiras resultantes da suposta concorrência das revistas espanholas, mas também pela censura cada vez mais atenta ao tipo de reportagens do *Notícias Ilustrado*, Leitão de Barros foi forçado ao encerramento daquele periódico, em 1935, conhecendo-se o documento em que lavrou a Salazar os seus protestos por esse motivo (tendo o diretor da Censura, Salvação Barreto, sido instado a justificar alguns daqueles cortes ao presidente do Conselho)[6]. Entre outras, estava a crónica "Coimbra

1 "O nacionalismo essencial, inevitável, dessa indústria, justifica, só por si, o seu excepcional interesse. É uma indústria que, na sua evolução, só pode favorecer Portugal e os Portugueses" (FERRO, 1949: 34). «Il duce intuiva che il turismo poteva rappresentare una miniera d'oro sia sotto l'aspetto del progresso economico e del benessere sociale del Paese, sia, soprattutto, come strumento di propaganda che mirasse a far conoscere all'estero il livello di sviluppo conseguito dall'Italia con il Fascismo» (Agosteo, Aldo, Sereno, Antonio, *Fascismo e Turismo (Politica e Storia del Turismo Sociale)*, Viterbo, Editrice Agnesotti, 2007, *apud* Ripoli, 2007: 7).

2 «Salazar, sem você, é como um belo quadro a que, provisoriamente, se tirasse a moldura» (Barros, 1950).

3 Designadamente como delegado do SNI, numa das comissões constituídas no sentido de adaptar os interiores do Palácio Foz a sede daquele organismo, entre 1945 e 1947 (Elias, 2014: 286).

4 Cite-se, a título de exemplo, a carta que dirigiu a Salazar após a grande entrevista que lhe fez para *O Século*, em 10-08-1950: «O contacto com figuras eminentes deixa-me, em geral, uma impressão que contraria as leis da óptica: quanto mais a gente delas se aproxima, mais pequenas nos parecem… Com V. Ex. ao contrário, a verdadeira sensação da sua enorme estatura intelectual e moral, só se tem, rigorosa, ouvindo e vendo-o de perto. Que deslumbradora lição eu recebi!» (AOS/CP-29 1.3.8./3, 14-08-1950).

5 Ver verso da capa em Barros, 195-?., v. 1.

6 "Relação e justificação cronológica de todos os cortes feitos no *Notícias Ilustrado*, durante o ano de 1935" (AOS/CO/PC-12D, pasta 4, 31-10-1935).

Cidade Mártir" («a propósito da derrocada da Torre de Santa Cruz»), pelo que traduzia em relação ao que estava a acontecer com a "Alta" do velho burgo, ao demolir-se «implacavelmente uma zona histórica valiosíssima, com casas, solares, igrejas, conventos», para em seu lugar se edificar a cidade universitária monumental (projectada por Cottinelli Telmo e Cristino da Silva).

Também na sua colaboração com a *Panorama: revista portuguesa de arte e turismo* (o órgão impresso de maior projecção do SPN/SNI [Victorino, 2012: 110-122]), Leitão de Barros manifestou a sua indignação por mais um factor que considerava atentatório da polémica política de restauro de monumentos, consabida bandeira do regime. Em causa tinha estado, por ocasião dos "Centenários", a recuperação do Teatro Nacional de S. Carlos, mais precisamente dos seus lustres de cristal, em que a necessidade de se improvisar, substituindo *Baccarat* por vidro vulgar, resultou em ter-se transformado aquelas peças, segundo o autor, «numas caranguejolas pardas, sem brilho, eternamente baças de pó», ao ter-se imposto «um horrível espírito "de série" ao que deveria ser pitoresco, personalidade, originalidade» (Barros, 1943) – ou seja, contrariando «princípios indispensáveis à elevação artística e espiritual de cada povo», algo que António Ferro considerava indissociável da estratégia a prosseguir pelo SPN/SNI em relação ao turismo (Ferro, 1949: 34).

Contrastes inevitáveis de um modelo por consolidar

No presente registo, tanto para Leitão de Barros, como para o próprio Ferro, ou para Raul Lino, entre outros, o que estava fundamentalmente em causa era um turismo de carácter ideológico, de busca de um forte sentimento identitário, em suma, de um turismo de culto do passado, de descoberta de trechos paisagísticos, monumentos históricos, especificidades arquitetónicas, curiosidades artísticas, usos e costumes inalterados (Victorino, 2018: 436).

Mas mais episódios de evidente contradição, entre aquilo que a propaganda promovia e a realidade a que, no terreno, por vezes, se assistia, não deixou Leitão de Barros de comentar, através dos seus *Corvos*, designadamente seguindo o exemplo do caso anterior:

«O que actualmente caracteriza as velhas e lindas cidades de Portugal é a preocupação que elas têm de ser monumentais. Ei-las todas triques e tiradas das canelas, a puxar ao fino (...). Arrasaram-se por esse país fora velhos pardieiros sem significação, mas também alguns palácios cheios de carácter, tudo sacrificado à imensa garagem em que se transformou Portugal – nesta época das romarias mecanizadas de Nossa Senhora da Gasolina, com a sua procissão de monumentais andores dos monges capristanos»[7].

Consideremos, todavia, que no caso de Leitão de Barros, era com toda a legitimidade que se podia permitir a tais heresias – não tinha sido ele, precisamente, um dos arautos precursores do turismo em Portugal? Vejamos um primeiro exemplo, por si relatado: «Quando, há muitos anos, lançámos (à nossa custa e sem auxílios do Estado) por esse país fora, num vagão de caminho-de-ferro a Exposição do Hotel Modelo, proclamávamos (...) em meia dúzia de regras-base, a arte de receber hóspedes (...), o que, anos mais tarde, o Secretariado de António Ferro imitou» (Barros, 195-?, v. 2: 41-42). Referimo-nos aqui a outra crónica dos *Corvos*, neste caso relembrando a campanha que promoveu no *Notícias Ilustr*ado, em 1933, com Sanches de Castro e Raul Lino, talvez na crítica implícita pretendendo o autor referir-se à *Cartilha da Hospedagem Portuguesa*, lançada pelo SPN em 1941 (Pinto, 1941). Mas citemos mais um exemplo dos *Corvos*, a propósito do pioneirismo do autor nesta matéria:

> *«Reivindico para Nazaré, Praia de Pescadores – o primeiro documento que sobre a povoação estremenha o cinema divulgou – a glória de ter chamado a atenção sobre essa praia. A Maria do Mar, que se lhe seguiu, foi a ideia que seduziu (...) centenas de artistas nacionais e estrangeiros (...), o nosso melhor cartaz do exotismo e do pitoresco regionais. Infelizmente agora – pejada de pretensiosas e banais construções, vilipendiada a praia por propagandas comerciais, com tractores americanos a substituírem o espectáculo maravilhoso da saída dos barcos, sem os trajos regionais admiráveis – não há nada que não lhe tenham feito para inconscientemente a destruir» (Barros, 195-?, v. 1: 250).*

Ainda a propósito da Nazaré, abramos um parêntesis. Dá-se o caso de Leitão de Barros ter sido recebido, de braços abertos, por uma nova geração de autores para a qual o turismo oficioso, promovido pelo Secretariado, não podia merecer qualquer consideração, basta que citemos, nesse rol, José Cardoso Pires, Alexandre O'Neill, Luís de Sttau Monteiro, entre outros, ou seja, aqueles que compuseram a inevitavelmente breve revista *Almanaque*, de 1959 a 1961, ambiente declaradamente oposicionista,

7 Alusão à empresa de camionagem Capristanos, uma das pioneiras do excursionismo turístico, a baixo custo, por todo o país (Barros, 195-?, v. 1: 242).

em permanente risco de suspensão ou apreensão pela Censura, estranha companhia, portanto, para um veterano do Estado Novo.

No número em que se verificou a sua colaboração para o *Almanaque* (com o texto "O pior são as filigranas"[8]), apareceu outro artigo, anónimo, que não nos repugnaria também ter sido do seu punho e que, entre outras ironias, colocava em causa a famosa tradição das *sete saias* das mulheres da Nazaré e demais pretensas autenticidades turísticas daquela localidade[9]. Mas vejamos a forma como Leitão de Barros foi então apresentado aos leitores do *Almanaque*:

> *«Aqui anunciamos, senhoras e senhores, o cronista de há muito reputado das vicissitudes do reino de Pacheco: Leitão de Barros. Pioneiro indomável nos múltiplos sectores da vida portuguesa, o licenciado Dr. Leitão de Barros pôs de parte, por expresso desejo seu, o indispensável "dr." que adorna todo o cavalheiro menor de grandes ambições e assim fez a sua entrada no "Who's Who" das artes e das letras nacionais sem favores de diploma. É amigo de Lisboa como os pais amigos que castigam os filhos para bem do futuro. Nisso tem-se empenhado em limpar a naftalina de certos armários em que se guardam casticismos de décima terceira ordem. Com a ajuda dos seus Corvos esgravatou o município, as pelintrices e ridicularias do real quotidiano. O público das ideias gerais conhece Leitão de Barros através da imprensa e das fichas cinematográficas. É pouco, muito pouco, Professor, dramaturgo, pintor, cidadão sem estandarte no nosso universo intelectual, não tem idade nem horóscopo definidos. Nasce todos os dias e todos os dias se cansa. Na cinematografia o seu nome está ligado para sempre a dois filmes clássicos: Nazaré, Praia de Pescadores e Maria do Mar, duas obras-primas»*[10].

Ter-se-á Leitão de Barros inteiramente apercebido que, com esta conspícua colaboração, estaria a contribuir para um avolumar de suspeitas quanto à sua (se bem que nunca negada) fidelidade a um ideal? Damos, por hipótese, que essa curiosa fase de transição, paralela aos *Corvos*, também se possa ter devido ao crescente desapontamento quanto a alguns projectos em que pessoalmente se empenhou, com elevado custo pessoal, caso da visionária construção da nau S. Vicente, que nunca viria a concluir[11],

8 «A filigrana está para o português como a folha de amoreira para o bicho-de-seda. (...) Há, cá em casa, filigranas económico-financeiras, filigranas superiores técnico-funcionais de cimento, filigranas histórico-literárias (de grande mastigação), filigranas género «forte-rural-drama da terra», filigranas «folclórico-turístico-capristano» (Barros, 1960-1961: 44).

9 "Nazaré, Saint Tropez...".

10 *Almanaque*, 1960-1961, (Dez. - Jan.): 2 (art. s/ título).

11 Projeto concebido após a experiência da nau Portugal, também por si idealizada, construída para a Exposição do Mundo Português e semidestruída pelo ciclone de 16 de Fevereiro de 1941. Segundo Leitão de Barros, a nau S. Vicente teria também como objectivo constituir-se como exposição itinerante de produtos portugueses em países onde viesse a aportar (AOS/CP-29 1.3.8. /3).

perante a indiferença selectiva do Governo que apoiava e de aparentes evasivas de Salazar[12]. Mas vejamos mais uma esclarecedora selecção de comentários deste autor, em relação ao turismo que se vinha praticando no Portugal desses anos:

> *«O turismo de verão em Portugal – atrás dos camiões de vómito negro, em estradas onde os mosquitos motorizados enxameiam e morrem como tordos, com pudins flan e filetes de pescada de fronteira a fronteira, muito folclore e ferro forjado, taxas, impostos e moscas de que qualquer país se orgulha – é do ponto de vista terapêutico e Capristano, um mito. (...) A nossa paisagem é edénica por definição. Os hotéis são de um tradicionalismo invulnerável – tendo em "30 anos de cozedura" melhorado extraordinariamente a sopa que nos dão. Quer nas contas quer nos cretones, quer nos bonecos regionais (se bem que os colchões continuem "contra nós" e não "a favor", como por todo esse mundo atrasado), já se anuncia, com orgulho, que certos quartos possuem casa de banho – isto é, se o interessante jogo de "espreita se está ocupado" (...) começa a abandonar-se o que é uma lamentável perda de carácter nacional» (Barros, 195-?, v. 1: 186).*

> *«Estamos num dos mais modernos e mais catitas grandes hotéis de Portugal (...), nem sombra de árvore. Cimento armado até aos dentes (...). A mobília é de super-rústico. A toalha assenta, directamente, sobre as tábuas (...), a gerência ignora que é elementar pôr-se uma flanela entre a madeira e o linho (...). Um enjoativo perfume a sabão químico, todo vaidoso da sua lixívia, evola-se dos guardanapos húmidos. A manteiga é rançosa (...). É o luxuosíssimo "Província-Palace" português – 1957» (Barros, 195-?, v. 2: 72).*

> *«Estás ao pé do mar? Debalde procurarás comer um peixe fresco, uns mariscos ou uns camarões recentes, tudo frigorificadíssimo (...). Só que te custa quatro vezes mais. E o queijo é – já o adivinhastes – o conhecido bola vermelha que rola Portugal inteiro (...). Estás em cima de uma terra que fabrica pastéis de Tentúgal com fama secular? Não importa: o que te servem é "pudding-flan", a tremer mas sempre em pé» (Barros, 195-?, v. 2: 72).*

12 Referindo, em carta a Salazar, de 14-03-1959: «Desejava manifestar a V. Excelência o meu reconhecimento pela sua intervenção no caso do patrocínio oficial concedido à Nau S. Vicente, após sete anos de persistência da minha parte e duma longínqua conversa havida naquela pequena casa de Santa Comba, em que me foi dado o estímulo para trabalhar por essa ideia». Em nova carta a Salazar, de 09-10-1964, refere: «Sem qualquer resposta à carta que dirigi a V. Excelência e às cartas enviadas ao Senhor Ministro do Estado, que teve a bondade de receber-me sobre o assunto "Nau S. Vicente", penso ser da minha obrigação (...) comunicar esse facto a V. Excelência. Vou ao Brasil ver se reúno os fundos necessários para o acabamento do navio (...). É entristecido, magoado e desiludido que vejo o meu sonho de 14 anos – a construção de um galeão português – ser acabado com uma subscrição pública de brasileiros e portugueses do Brasil. Vou arriscar a minha saúde, bastante combalida, e o meu dinheiro que, para um artista pobre, representa muito trabalho. (...) Apesar da boa vontade, estímulo e simpatia de V. Excelência pela ideia, de aprovação dos Ministros do Estado, da Marinha e das Finanças, parece que outros valores "mais altos" se levantaram, tolhendo as intenções e decisões do Governo» (AOS/CP-29 1.3.8. /3).

«Estamos a jantar (…) num desses restaurantes que são o orgulho de algumas das nossas ingénuas cidades: estilo Alvalade, muitos espelhos, panejamentos de meio-seda vegetal, meio-lã, tudo meio-cristal, meio-cristofle, meio-margarina, meio-manteiga, meio pretensioso, meio-pires, meio…» (Barros, 195-?, v. 2: 73).

«A pequena pensão agradável, com o conforto da sua braseira no Inverno, o fresco parreiral para as tardes de Verão, onde se come carne tenra e peixe fresco, fruta ainda com sabor a fruta, queijo das vacas da terra, (…) onde as galinhas ainda põem ovos amarelos porque comem milho (…), eis a velha hospedaria que seria necessária ressuscitar. (…) São principalmente os pequenos hotéis, do género dos que se encontram às centenas nas estradas da Suíça e do Sul de França, que nos fazem falta – pregamos nós há trinta anos!» (Barros, 195-?, v. 2: 73).

«As cidades, as casas, os candeeiros, as árvores, a traça dos jardins (…) as lojas, os cafés, a comida, (…) o folclore de plástico, as feiras, tudo igual (…) do Minho a Faro (…). Inútil é procurares os materiais da região na arquitectura. Inútil quereres a cozinha regional no restaurante. Inútil perguntares pelo trajo tradicional, pelo mobiliário característico» (Barros, 195-?, v. 2: 242).

«Portugal encheu-se de bonecos de barro e de litografias inglesas e pôs muitos galos de Barcelos nas suas capoeiras folclóricas. Têm tudo: flores e bordados, filigranas e "napperons", vitrinas cheias de artes regionais e populares (que nunca foram do povo) de um mau gosto ofensivo do artesanato português (que de Viana a Estremoz nos legou peças modelares da faiança tradicional). E tudo isso é o recheio de "chalés à antiga portuguesa", de telhados de unhas crescidas, com uma arquitectura toda "triques" (como dizia Lopes Vieira): um abuso desmesurado do pretensioso sem inspiração séria, feito para o turismo primário, e tanto mais errado quanto é certo que, num país como o nosso, com um pouco de cultura se encontrariam as directrizes inspiradoras nos velhos solares, com as suas características próprias, para criar as pousadas de agora» (Barros, 195-?, v. 1: 210-211).

«Por outro lado, entre nós, qualquer serra escalvada, desde que o SNI a benza, que se arranje um camião bem cheio de folclore e um posto de gasolina-esplanada, passa a ser uma "região turística". Se dispuser de uma vasta paisagem de cimento armado é então caso para uma pousada funcional, com muitos vidros, chaminés, litografias inglesas, mobília "Queen Anne" folheada de eucalipto, e esse estilo rústico que um fornecedor menciona num catálogo recente, com o subtítulo de "quarto contracurvo ideal para noivos", o que é admirável de antecipação» (Barros, 195-?, v. 2: 239).

E também neste contexto Leitão de Barros acrescentou: «Pormenores – dirão vocês. Certamente que o são. Mas leiam os estrangeiros que nos visitam (os que escrevem sem compromisso nem são pagos pelo SNI)» (Barros, 195-?, v. 2: 72) – comentário já em terreno movediço, para o autor, quando pensamos que, precisamente no mesmo ano, em 1957, dirigiu Henrique Galvão uma carta a Salazar, onde aquele certamente pôde ler: «Não há jornal nem revista francesa onde não se saiba que terão férias agradáveis e gratuitas em Portugal todos os escritores que se prestarem a pagar as despesas de viagem e estadia com umas linhas acerca da *figura mundial* de V. Ex.ª» (Galvão, 1975: 38).

Retenhamos por fim, dos *Corvos*, dois comentários sobre a Capital: «Quem chega a Lisboa pela estação do Rossio tem na sua frente um dos mais miseráveis panoramas, igual há oitenta anos (…). Em frente, essa paisagem de retretes suspensas e de traseiras de cozinhas são um quadro de nojo…» (Barros, 195-?, v. 2: 173). «De vez em quando fala-se de Alfama como de um morto respeitável (…) (que), continua com os seus pedintes, a sua miséria arrepiante fotografada pelo mundo inteiro» (Barros, 195-?, v. 2: 245) – sublinhado nosso, quando, ao observarmos um artigo na *The National Geographic Magazine*, em 1948, a legenda de uma das imagens[13] quase poderia ter constituído uma antecipação da mesma crónica, em que Leitão de Barros prosseguiu descrevendo Alfama e «as suas crianças sem logradouros (…), a sua indigência, a sua imundície, o seu desmazelo, desfalcada dos seus maravilhosos registos de azulejo (…), abandonada e escondida como uma vergonha urbana» (Barros, 195-?, v. 2: 245).

Nada do que dissemos, contudo, permite supor que nos *Corvos* só se teceram críticas amargas, tendo o seu autor também revelado uma muito pragmática e ocasional moderação (neste caso a propósito da viagem de Isabel II a Portugal, em 1957):

«É natural que, desta régia visita, os centenares de jornalistas estrangeiros (nem sempre amáveis para nós) que a presenciarão, concluam que a capital portuguesa, embora pobre de arquitectura, mas rica de ordem e de mediania feliz, cheia de tradições e de história, é bem a expressão de um país com comezinho direito a viver em paz, e onde,

13 «In Lisbon slums (…) decaying tile roofs grow green carpets of moss (…). Gloomy chasms pass for alleys (…). Few of the houses have electricity or running water. Wives carrying water jars go to community wells several times a day» (Conger, 1948).

do povo ao Governo, existe certa confiança na vida» (Barros, 195-?, v. 2: 265).

Por outro lado, numa perspetiva mais construtiva, também não deixou o autor, como era seu timbre, de pedagogicamente indicar em que áreas é que se poderia fazer mais pelo turismo português – «são os estrangeiros que nos mostram o tesouro que temos escondido. Precisamos de o aproveitar. Precisamos, urgentemente, de dotar e melhorar os serviços de recepção, de organizar, de aumentar a capacidade hoteleira» (Barros, 195-?, v. 2: 236) – ou ainda:

> *«O turismo, que tem o prestígio das cenas abertas sobre a vida, é mais do que uma fonte de receita – é uma arma de atracção. Banalizar-lhe os aspectos, passar-lhes por cima o cilindro das toneladas de monotonia, construir-lhe casas iguais em toda a urbe, com materiais iguais em toda a parte, pré-concebidas, pré-realizadas, constitui a perda dessa arma de longo alcance» (Barros, 195-?, v. 2: 245).*

Por fim, ou não se encontrasse esta reflexão naturalmente inserida num contexto em que António Ferro não pode deixar de se considerar uma figura tutelar, veja-se a homenagem que Leitão de Barros, mais uma vez de forma desassombrada, prestou nos *Corvos* ao amigo de sempre (apesar das *bicadas* ocasionais):

> *«Na familiar paisagem desta cidade, António Ferro foi das maiores figuras da sua geração. Talvez dos combatentes e dos combatidos mais intimoratos e mais fortes. Devemos – os que escrevemos nos jornais – um preito à sua memória (…). Foi no Secretariado da Informação (…) que a sua personalidade excepcional de organizador e de exaltador de valores se revelou, e que o seu poder de entusiasmo e de fé se transmitiu a uma geração inteira de artistas – alguns bem ingratos para ele (…). Nunca à beira da sua mesa surgiu uma ideia bela a que ele não concedesse o lampejo de um estímulo ou de uma esperança (…). Tinha o raro poder de admirar e possuía um amor violento e são pela terra em que nascera e que tão bem serviu (…), na renovação do gosto, no arejar contínuo das suas iniciativas – das montras ao espectáculo, do teatro ao bailado, do livro às artes decorativas – uma alma nova e europeia (…). Mais tarde outros lhe farão justiça – a justiça justa a uma obra sem paralelo, no afã amoroso de apresentar melhor o seu Portugal ao mundo» (Barros, 195-?, v. 1: 208-209).*

Considerações finais

De reputação há muito firmada e respeitada no meio jornalístico, ancorada numa camada da sociedade portuguesa em que relações de privilégio, no seu caso ao mais alto nível, passavam incólumes junto de um aparelho censório já de si eivado de contradições inevitáveis, tendo, por outro lado, um dos mais influentes periódicos de carácter oficioso à sua disposição (e a camaradagem do seu director, Augusto de Castro[14]), cremos poder considerar Leitão de Barros e os seus *Corvos* (apesar de neste estudo só analisados no que ao turismo diz respeito), um caso singular durante esta fase do Estado Novo. Espécie de arauto da irreverência, mesmo assim louvado por diversos indefectíveis do regime[15], talvez a Lisboa desses anos, para além do seu amigo Tomás Ribeiro Colaço[16], nunca tenha voltado a ter um repórter à sua altura, sendo certo que, também através das suas crónicas, deu voz a diversos leitores que se lhe dirigiam por carta, ora enaltecendo as suas críticas e reflexões, ora sugerindo construtivas práticas ou denunciando as mais absurdas – incluindo até os mais inconformados com as suas "heterodoxias", que não deixou sem resposta:

> *«Corvos há muitos (…). Corvos da direita e corvos da esquerda. No meio está, porém, a velha gazeta, que é o "mastro" do equilíbrio. De todos esses vómitos de prosa telégrafo-postal – escolhi apenas aqueles que me pareceram produzidos por pequenas indisposições curáveis. Apesar disso, por cada "bicada" sabe Deus quantas ferroadas. O que vale é que eles têm as asas largas» (Barros, 195-?, v. 1: 85).*

Afinal, segundo Leitão de Barros, o que era preciso era «discutir, com bom senso, bom gosto, boa cultura e observação e bom sentido nacional e local do problema», os «aspectos estéticos fundamentais para o prestígio da cidade» (Barros, 195-?, v. 1: 85), aduzindo um esclarecimento conveniente perante os poderes instituídos: «Se é verdade que a crítica azeda ou simplesmente exibicionista não interessa, a sugestão razoável, ponderada, séria e desinteressada deve contar» (Barros, 195-?, v. 1: 85) – ou seja, para Leitão de Barros, «o direito do amor à cidade» não devia ser «exclusivo de ninguém» (Barros, 195-?, v. 2: 12).

14 O qual afirmou: «Este voo semanal de "Os Corvos", que nada tem de negro, corta, colorindo-a, a plácida e monótona paisagem lisboeta. As suas asas têm todas as claridades da ironia e do espírito do delicioso cronista que é Leitão de Barros – e essa é a sua força e o seu exemplo num país em que os melros usam colarinho e chapéu de coco» (Barros, 195-?. v. 1, no verso de capa).

15 Citem-se ainda Barradas de Oliveira, Rodrigues Cavalheiro, Martinho Nobre de Melo, Olavo D'Eça Leal, Luís Forjaz Trigueiros, Luís Teixeira, entre outros» (Barros, 195-?. vls. 1 e 2, versos de capa e contracapa).

16 Fundador e diretor do semanário *Fradique*, publicado entre Fevereiro de 1934 e Dezembro de 1935.

Bibliografia

BARROS, Leitão de. 1943. Notas de Estética: revisão e elogio do mau gosto. *Panorama: revista portuguesa de arte e turismo*. S. 1, a. 3 (13).

BARROS, Leitão de. 1950. *Carta para António Ferro*. Arquivo da Fundação António Quadros, (28 Jan.).

BARROS, Leitão de. 195-?. *Corvos*. Lisboa: Empresa Nacional de Publicidade.

BARROS, Leitão de. 1960-1961. O pior são as filigranas. *Almanaque*. (Dez. - Jan.): 44-45.

CONGER, Clement. 1948. Portugal is different. *The National Geographic Magazine*. V. 94 (5, Nov.).

ELIAS, Margarida. 2014. A adaptação do Palácio Foz para sede do secretariado Nacional de Informação. *Revista de História da Arte* (11), https://run.unl.pt/handle/10362/16917 (20.07.2019).

FERRO, António. 1949. *Turismo: fonte de riqueza e de poesia*. Lisboa: Edições SNI.

GALVÃO, Henrique. 1975. *Carta Aberta ao Dr. Salazar*. Lisboa: Arcádia.

Nazaré, Saint Tropez (Algés) turista. 1960-1961. *Almanaque*. (Dez. - Jan.): 124-132.

PINA, Paulo. 1988. *O Turismo no Século XX*. Lisboa: Lucidus Publicações.

PINTO, Afonso Cortez. 2015. *Portugal (1928-1968): um filme de J. Leitão de Barros*. Tese de Doutoramento em História da Arte Contemporânea, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

PINTO, Augusto. 1941. *Cartilha da Hospedagem Portuguesa*. Lisboa: Edições SPN.

RIPOLI, Antonio. 2007. *Fascismo e Turismo*. Prova finale in Storia Contemporanea, Corso di Laurea in Scienze Turistiche, Università Degli Studi del Molise, www.isses.it/antonio-Ripoli.pdf (20.07.2019).

VICTORINO, José Guilherme. 2012. Para além de *Turismo: fonte de riqueza e de poesia*, notas sobre a visão e o legado de António Ferro nesses domínios. *In* Mafalda FERRO (org.) *Turismo em Portugal: passado, presente, que futuro?* Lisboa: Fundação António Quadros: 101-127.

VICTORINO, José Guilherme. 2018. *Propaganda e Turismo no Estado Novo: António Ferro e a revista Panorama (1941-1949)*. Lisboa: Alêtheia Editores.

Siglas

AOS/CP – Arquivo Oliveira Salazar / Correspondência Particular. Instituto dos Arquivos Nacionais, Torre do Tombo.

Nota Biográfica

José Guilherme Freitas de Sousa Victorino é doutorado em Ciências da Informação pela Universidade Complutense de Madrid e investigador integrado no CEIS20 - Universidade de Coimbra. É professor auxiliar no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa. Tem publicado sobre temas no âmbito da propaganda e dos meios de informação durante o salazarismo.

"Mas leve consigo, bem acordados, todos os sentidos": a divulgação patrimonial e o turismo na obra *Paisagem e Monumentos de Portugal*

Maria Mota Almeida

Resumo

A obra *Paisagem e Monumentos de Portugal* da autoria de Luiz Reis Santos e Carlos Queiroz vai ser editada em 1940 pelo Secretariado de Propaganda Nacional. Obra enriquecida com fotografias de Mário Novaes. Insere-se na prática de divulgação patrimonial, que tem origem nas publicações dos meados dos anos 20 com *A Arte em Portugal*, na esteira de preocupações editoriais semelhantes, no campo do turismo, que ocorrem em Itália e Espanha, dois estados com governos autoritários. Esta abertura editorial nacional, devida ao editor e gravador Marques Abreu Interrompida em 1932, deixa fundas raízes noutras obras.

Pretendemos demonstrar que *Paisagem e Monumentos de Portugal* se assume por um lado como o corolário de projetos editoriais anteriores, porque associa os patrimónios cultural, natural e imaterial e se ancora numa escolha judiciosa de imagens, na linha defendida pela *A Arte em Portugal* e, por outro, adopta uma narrativa de divulgação patrimonial com um pendor claramente propagandístico ao Estado Novo. Tal como fora enunciada no I Congresso Nacional de Turismo de 1936, pretendia-se mostrar um país humilde, ordeiro, rico e diversificado patrimonialmente, divulgando orgulhosamente o 'Novo Portugal'.

Palavras-chave: Turismo, Património, Identidade, Fotografia, Estado Novo

Abstract

The work *Paisagem e Monumentos de Portugal*, by Luiz Reis Santos and Carlos Queiroz will be edited in 1940 by the Secretariado de Propaganda Nacional. A work enriched with the photographs of Mário Novaes. It inserts in the practice of historical heritage, which origin lays in the publications from the middle of 1920's with *A Arte em Portugal*, in the sequence of similar editorial concerns, in the area of tourism, that occur also in Italy and Spain, two states with authoritarian governments. This

national editorial opening, due to the editor and printer Marques Abreu, was interrupted in 1932, left profound roots in other works.

We want to demonstrate that *Paisagem e Monumentos de Portugal* assume, on one side as a corollary of previous editorial projects, because it associates cultural, natural and immaterial heritages, and anchors in a judicious choice of images, in the line endorsed by *A Arte em Portugal* and, on the other side, adopts a narrative of historical heritage disclosure with a inclination clearly propagandistic to the Estado Novo. As it was announced in the I Congresso Nacional de Turismo, 1936, one pretended to show a humble, orderly, rich and patrimonially diversified country, disclosing proudly the 'New Portugal'.

Keywords: Tourism, Heritage, Identity, Photography, Estado Novo

"A paisagem portuguesa parece esperar – parece esperar por nós. Há muitos séculos. Mas com a fé inesgotável das mães que esperam pelos filhos ausentes: serenas, com os olhos marejados de sonhos." (C. Queiroz, 1940, p.8)

"Mas, vistos em conjunto, numa perspectiva de oito séculos, os monumentos portugueses revelam [...] traços comuns de pensamento e sentimento, que imprimem, à mais colectiva de todas as artes uma expressão inconfundível de consciência, de força e de unidade nacional" (Santos, L.R., 1940, p.34)

Introdução

O livro *Paisagem e Monumentos de Portugal* de Luiz Reis Santos e Carlos Queiroz integra as obras[1] que foram publicadas pelo Estado Novo, com o propósito de divulgar as maravilhas patrimoniais e paisagísticas do nosso país. Este trabalho, a todos os títulos entusiasta na transmissão da imagem de um país bucólico, feliz, edulcorado, tem a especial relevância de fazer parte das publicações da Comemoração dos Centenários da Fundação de Portugal e Restauração da Independência, em 1940, editadas pelo SPN.

Luiz Reis Santos, historiador, planeia e dirige o livro onde se juntam o Poeta, Carlos Queiroz, e o fotógrafo, Mário Novaes, para criar uma obra que seja um incentivo inequívoco à viagem, à descoberta das virtualidades de um país que se pretende projetar nacional e internacionalmente. Salienta-se a capa com desenho do artista plástico Bernardo Marques (1898 – 1962), colaborador do Secretariado da Propaganda Nacional, nomeadamente, como decorador da Exposição do Mundo Português de 1940.

Logo na introdução surge um texto de Luiz Reis Santos de que vale a pena recordar um excerto. Diz o especialista em Arte que com esta publicação se pretendeu:

"contribuir para criar e desenvolver o [...] culto consciencioso pelo território continental da Pátria e pelos testemunhos arquitectónicos de instituições e factos que glorificaram a Nação, quer na beleza e valor

1 Publicam-se 1355 títulos entre 1934 e 1948. "A política, a economia, a história, as artes e a etnografia,dominam o conjunto da programação." (Acciaiuoli, 2013, p. 315) Relativamente ao turismo, para além do volume em estudo, lançam-se monografias sobre vilas e cidades do país, uma síntese sobre Lisboa, *o Roteiro do Campista*, o *Roteiro dos Vinhos*, a *Cartilha de Hospedagem* e as *Pousadas do SPN*, às quais se juntam cartazes, folhetos, prospectos e catálogos de exposições. Estas obras foram encomendadas pelo Secretariado de Propaganda Nacional, criado em 1933.

morais e plásticos, quer nos aspectos geomorfológicos, etnográficos, históricos e artísticos" (1940: s/p).

Além de defender a dimensão de culto do passado na (re)construção da identidade, a epigrafe dá, igualmente, conta da necessidade de afirmação dos valores pátrios mediada, sobretudo, pelos monumentos pétreos e pela paisagem.

Carlos Queiroz (1907-1949) poeta, ensaísta, crítico literário, *presencista*, colaborador do SPN e da Emissora Nacional onde divulga a cultura nacional, diretor da Revista *Panorama* a partir de 1941 – da qual este livro não terá sido um embrião? - dedicar-se-á, nesta obra, ao estudo e divulgação da Paisagem Portuguesa. Luiz Reis Santos (1898 – 1967) professor, historiador e crítico de arte, mais tarde Diretor do Museu Machado de Castro, em Coimbra, centrará a sua atenção nos Monumentos. Mário Novaes (1899-1967) fotógrafo, em 1933 instala o seu próprio estúdio na Capital, em 1940 é responsável pela cobertura fotográfica da Exposição do Mundo Português, fará as fotografias que ilustram a obra complementando-a.

Obra esta que apresenta o conteúdo textual separado do material iconográfico, ainda que as 75 fotografias incluídas sirvam de 'ilustração' aos dois textos. Cada qual termina com uma bibliografia bastante detalhada e atualizada.

Questões de partida

- Três inquietações fundamentais nortearam a análise da obra em questão e que passaremos a enunciar:
- Qual o **'retrato' / 'imagem turística' de Portugal** pretende o Secretariado de Propaganda Nacional veicular nesta obra?
- Corresponderá, este 'retrato', a um discurso de **ruptura** ou de **continuidade** com a campanha empreendida em finais do séc. XIX e na I República?
- A concepção da obra terá sido **inovadora**?

1. 'Retrato de Portugal'

1.1. *Paisagem Portuguesa*: 'mais poética do que plástica'

O autor, nas 21 páginas de texto, começa por lamentar que se viaje cada vez menos visto que o rural intimida os citadinos, que estão "sedentos de terras alheias" (p.7) mas que se mantêm "sedentários na nossa" (p.7). Lamenta ainda que as facilidades - boas vias de comunicação e a rapidez dos transportes - conduzam ao comodismo de quem conhece o país que lhe é transmitido pela fotografia e cinema, meios estes que banalizam os panoramas. Os portugueses deviam ver a fotografia e o cinema como uma motivação para ir conhecer 'in loco' o que a imagem lhes transmite. Mas, pelo contrário, acomodam-se ao conforto do espaço em que habitam. Daí os múltiplos incentivos à viagem no nosso país serem transversais a todo o texto. É preciso sair, passear, calcorrear caminhos: "Vamos, senhores! Um pouco de espírito de aventura na nossa *casa* – agora que já não há mais Ilhas e Continentes para descobrir fora dela". (p.23) O convite para que se coloquem todos os sentidos bem despertos é feito com insistência: "veja com olhos de ver, ouça com os ouvidos atentos, cheire com as narinas dilatadas, absorva saboreie acaricie." (p.23)

Vá com tempo... aprecie, saboreie, conheça o muito que o país tem para lhe dar. A quem é aconselhado o lazer 'cultural' e as virtudes educativas que devem presidir à verdadeira viagem, aquela que implica um acrescento cultural? No texto em análise, mantém-se a antiga dicotomia viajante e turista, considerado aquele, como o que frui a paisagem e não desvirtua os lugares por onde passa, e o turista, entendido como depredador do espaço a visitar, como alguém "que não viaja, apenas circula, alguém que não tem como objetivo aumentar os seus conhecimentos, mas tão só satisfazer uma curiosidade superficial ou, simplesmente, divertir-se." (Lousada, 2010, p.65) Deste modo, para o autor, é preciso que o país seja apreciado mais pelo forasteiro, visto que este valoriza a paisagem, pois tem um "gosto [...] muito seu" (p.11), viaja com um "objectivos desinteressados" (p.11), com sensibilidade e, ainda mais importante, "sem binóculo nem máquina fotográfica" (p.11) do que pelo turista. E sentencia que "a nossa paisagem não gosta de turistas" (p.11), visto que este agride e "macula a paisagem" (p.11), pois tem um "gosto convencional" (p.11), estereotipado, contribuindo para a degenerescência do ato de viajar. Definitivamente, o autor bane o turismo de massas, a massificação da viagem, visto que o turista passeia em "rebanho" (p.11) e as viagens organizadas em que se limita a cumprir "roteiros oficiais" (p.11). "Consulta o guia, assesta o binóculo, tira fotogra-

fias e sorri" (p.11), não demonstrando "nem sensibilidade nem imaginação" (p.11), sendo indiscreto, "quasi insolente" (p.11), a ver a paisagem que afavelmente o acolhe.

Que paisagem é esta, tão sábia e poeticamente descrita e glorificada pelo nosso poeta-escritor? Trata-se, claramente, de uma narrativa poetizada acerca da paisagem rural na sua diversidade, identificada com a sensibilidade feminina, visto que é "maternal e poética" (p.12) e à qual não faltam adjetivos profundamente elogiosos. Sendo "feminina, logo a mais verdadeira" (p.20), a paisagem "cheira bem" (p.13), diz o autor parafraseando Eça, é sorridente, graciosa, ingénua, alegre, autêntica, variada, harmoniosa, sereníssima, secreta, fecunda, doce, amável, calma, discreta, secreta, sedutora, atrativa, delicada, natural, porque pouco 'domesticada', 'não urbanizada' (p.18), perfumada, pródiga, poética, bucólica, repousante e verdadeira. Esta junção de características perfeitas faz com que "o amor que os provincianos lhe consagram é filial, mas *de filho para mãe*" (p.20). Trata-se, em suma, de um lugar atrativo com uma grande variedade de tons, visto que a "flora portuguesa é rica e multifária"(p.15) e odores, razão pela qual "inspira mais sentimentos do que ideias" (p.20) e onde podemos repousar do desgaste quotidiano, maioritariamente citadino.

Por contraponto, a Paisagem Marítima é masculina, visto ser pouco atrativa, agreste com os seus rochedos e escarpas, severa mas não sinistra porquanto é suavizada pela doçura dos areais, pois "as nossas praias desenvolvem-se num ritmo quasi musical" (p.10). Mais "espectacular do que medonha" (p.13), pontuada pelas povoações pitorescas debruçadas no Atlântico, com os típicos barcos de pesca, redes e montes de sargaços, pela alegria das crianças e pelo andar das varinas. Como o litoral é desfrutado apenas entre julho e outubro apela mais aos "prazeres mundanos do que [à] repousante calma" (p.8) e é rapidamente esquecida, abandonada. "Em vão o Mar [...] murmura o seu familiar apelo." (p.9), falta que os portugueses o ouçam, descubram na sua plenitude, o admirem e amem.

O homem rural é, na sua ingenuidade quase infantil, possuidor de inúmeras virtudes: afável, calmo, discreto, sorridente, lírico, "super bairrista" (p.21) que gosta de pirotecnia, "é o nosso eterno lirismo em busca de expressão verbal" (p.8), e de romarias festivas. Não estamos, com esta descrição, muito longe das características, felizes e resignadas, atribuídas por Rafael Bordallo Pinheiro ao seu Zé Povinho, popularizado com a cerâmica da Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha, a partir do último quartel do século XIX. Acrescente-se uma outra qualidade ao povo rústico: é "um esteta da paisagem" com uma profunda intuição artística que se manifesta, por exemplo, na forma como faz as hortas, como organiza as eiras, a palha e as marinhas de sal.

Os núcleos urbanos são valorizados na medida em que existe uma estreita relação com a paisagem rural. As cidades vivem em harmonia com o rio: o Porto com o Douro, Lisboa com o Tejo, "mas onde essa harmonia das cidades com os rios atinge a expressão de verdadeira obra d'arte, é na integral união de Coimbra com o Mondego" (p.22), ou não fosse este um rio somente português.

"A nossa paisagem é musical" (p.22) e os ruídos citadinos são campestres - galos, pregões, andorinhas, pardais, etc. - e mesmo "onde parece haver desordem há muitas vezes poesia" (p.22) e onde "parece haver indisciplina há, quase sempre, naturalidade" (p.22).

O texto abarca a relação dos mais interessantes aspectos paisagísticos do país: serras, miradouros, paisagens da costa, planícies e vales, matas, quintas, parques e jardins, gargantas e desfiladeiros, cascatas, grutas, aglomerados urbanos e estradas. Insere, no final e imediatamente antes da bibliografia, um conjunto de rotas que permitem apreender os melhores panoramas. Os locais, merecedores de visita, mantêm-se atualmente referência incontornável na atratividade turística, excetuando, evidentemente, as que deixaram de existir ou não são visitáveis. Apesar de alguma dispersão geográfica, o norte do Tejo e a região de Lisboa assumem um maior protagonismo, dando-se um salto quase direto para o Algarve. O Alentejo é apresentado frugalmente em alguns apontamentos, sobretudo, no que concerne aos miradouros, maioritariamente situados em castelos.

1.2. *Monumentos de Portugal*: "Os monumentos traduzem melhor as feições íntimas da alma portuguesa do que os factos relatados nos anais da Pátria"

Ao considerar os monumentos como o maior testemunho da grandeza dos portugueses, o autor, ao longo de 45 páginas, não se cansa de enaltecer as vantagens da Arte enquanto "testemunhos da sensibilidade, do espírito, das tradições e dos ideais do povo" (p.33), visto que "evoca páginas brilhantes da nossa história" (p.33) com "notas pitorescas de grande valor ornamental" (p.33). A propaganda histórica, implícita a este discurso, vai difundir-se mediante a sua transmissão ao turista dentro e fora de portas. Assegura-se, deste modo, a coesão de um país mediante uma exaltação nacionalista reforçando as suas características únicas.

Esta verdadeira "crónica empolgante" (p.33) é-nos transmitida mediante a ênfase descritiva do património construído de carácter monumental, isto é, dos 'grandes' testemunhos que percorrem as várias épocas desde os Romanos ao Estado Novo. Pretende descrever e agrupar os principais monumentos desde a consolidação política da pátria passando pelos 'Descobrimentos e Conquistas' e terminando na contemporaneidade, visto que os monumentos portugueses "revelam [...] uma expressão inconfundível de consciência, de força e de unidade nacional" (p.34). Assim aborda a: arte Romana; Visigoda; Moçárabe; Árabe; o Românico; Gótico; Manuelino; Renascimento; Barroco; Romantismo e Estado Novo. Seleciona, de uma forma exaustiva, os monumentos mais representativos de cada época e elabora uma descrição bastante detalhada dos mesmos, recorrendo a diversas fontes para substantivar e fundamentar a opinião que emite. Termina com o Catálogo dos Monumentos Nacionais e Imóveis de Interesse Público classificados até Setembro 1940. Note-se que muitos deles foram classificados como Monumento Nacional em 1910, facto que é omitido. Em contrapartida, elabora um rasgadíssimo elogio e agradecimento à Direção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais) pelo esforço, dedicação, competência, probidade e de "obra benemérita e grandiosa da conservação e restauro das nossas principais relíquias arquitectónicas." (p.78). Termina com uma bibliografia extensa e atualizada.

1.3 Fotografia: ilustração dos textos

A fotografia, que ilustra judiciosamente a obra, é, para além da capa, em nosso entender, o elemento agregador dos 'dois' livros mas com claro benefício da representação do património edificado. Assim, do total de 75 fotografias, cerca um terço (23) são aspectos paisagísticos onde ressalta a placidez bucólica. Ao analisarmos o quadro nº1 verificamos que, em termos de paisagens, se podem isolar dois territórios: o Norte de Portugal com 9 fotos e o Centro do País com 6 fotos. Cumpre destacar a região de Lisboa onde, curiosamente, a 'linha' do Estoril não tem representação. O Ribatejo, Alentejo e Algarve detêm uma expressão bastante residual. Destaca-se a Serra da Estrela e Sintra com duas fotos cada, todas as outras localidades são representadas por um único registo. Trata-se da veiculação iconográfica de um país turístico fortemente direcionado para Norte do Tejo, estando ainda muito ligado à rede de transporte ferroviário.

De realçar que, apesar de Carlos Queiroz descrever, com algum grau de desenvolvimento, a população rural, ela só é representada por uma única pessoa, na paisagem alentejana.

Uma comparação entre a edição portuguesa e a edição francesa, publicada dez anos depois, revela-nos que os locais merecedores de visita, pela sua característica cénica ou paisagística, se mantêm e muitos deles ainda fazem parte das narrativas de divulgação turística atual. Apenas se desdobra a vista panorâmica do Monte de Santa Luzia, em Viana do Castelo, e, por força das circunstâncias políticas, a necessidade de reforçar a propaganda ao regime e ainda, porque em 1940 a rede de Pousadas de Turismo[2] não existia, insere-se a fotografia de uma pousada que alberga os viajantes que circulem na estrada mais importante do país, objeto, também ela, de uma fotografia acompanhada de um texto glorificador das ações do regime político vigente.

Quadro 1 - fotografias da *Paisagem* da autoria de Mário Novaes

Versão portuguesa e versão francesa	Nº de fotog.	Região
Viana do Castelo – Vista panorâmica do Monte de Santa Luzia; Vila Nova de Famalicão – Paisagem Minhota Serra do Gerez – vista da Pedra Bela Mirandela – Panorama Alijó – garganta do rio Tua Pinhão – Rio Douro Vila Nova de Gaia – O Porto e o Rio Douro	8	Norte
Vale do Vouga – Pecegueiro Bussaco – mata Aveiro – Ria Penacova – rio Mondego Coimbra – vista do Choupal Serra da Estrela – (2)	6	Centro
Sintra – paisagem saloia Sintra – serra Arrábida (serra) - o rio Sado Lisboa - Costa do Castelo	4	Região de Lisboa
Almeirim – paisagem ribatejana	1	Ribatejo
Évora – panorama da cidade Alentejo – 'monte'	2	Alentejo
Lagos – praia Olhão – açoteias	2	Algarve
TOTAL	23	

Uma das magníficas Estradas modernas construídas pelo Estado Novo que atravessa todo o país.	1
Uma 'pousada' (albergue de turismo) na estrada Lisboa - Porto	1

(Elaboração própria, 2017) Nota: seguiu-se a ordem e a nomenclatura constantes da publicação

2 Note-se que foi o decreto-lei° 31/259 de 9 de maio de 1941, da Presidência do Conselho, que regulou a exploração das pousadas. Estas forma criadas à semelhança dos Paradores espanhóis e a primeira, a de Elvas, vai ser inaugurada em 1942.

Atente-se, em seguida, ao quadro 2 que nos dá uma panorâmica da cobertura imagética do texto *Monumentos*: mais de dois terços (52) das fotografias ilustram o 'panegírico' de Luiz Reis Santos, destacando os monumentos icónicos tão caros à ação de propaganda do Estado Novo, marcos de uma nação.

Quadro 2 - fotografias dos Monumentos da autoria de Mário Novaes

Cidade - Monumento	Época/ Estilo	N°de fotog.	Comentários do autor
Évora – Templo Romano Chaves - Ponte	Romano	2	
Sintra - Castelo dos Mouros	Árabe - ampliação após Reconquista	1	
Lourosa - Igreja de S. Pedro	Moçárabe	1	
Guimarães - Castelo Tomar - Charola Coimbra - Sé Velha (2) Braga – Portal lateral – Sé Porto – Igreja da Cedofeita Bragança – Domus Municipalis Rio Mau – Igreja de S. Cristóvão Bravães – Ig.de S. Salvador Alcobaça – Mosteiro Évora – Sé (2) Coimbra – Convento de Celas Alcobaça – Túmulos Pedro e Inês Óbidos – Vista geral Leça do Bailio – Igreja Batalha – Mosteiro (3) Vila da Feira – Castelo	Medieval	20	"[...] igrejas e catedrais românicas e góticas explicam as origens da Nação Portuguesa, a sua razão de ser, a sua verdadeira missão europeia, a consolidação nacional e os factores que influíram no movimento gerador dos descobrimentos e conquistas para a dilatação da fé cristã e do império de Deus."
Lisboa – Jerónimos (3) Sintra – Palácio real Tomar – Convento de Cristo (2) Tomar – Igreja S. João Baptista Batalha – Capelas Imperfeitas Évora – Largo das Portas de Moura e Casa Cordovil Évora – Ermida de S. Brás Lisboa – Torre de Belém Arraiolos – Solar da 'Sempre Noiva'	Mudéjar Manuelino	12	"As edificações manuelinas e renascentistas, barocas [sic.] e rococós, neo-clássicas e contemporâneas, definem os impulsos da expansão portuguesa em palpitante linguagem plástica, a atitude de Portugal perante a sua história e a Renascença, a civilização internacional e as próprias aspirações." (p.34)
Tomar - Igreja da Conceição Tomar – Convento de Cristo – claustro principal Évora – Igreja da Graça Lisboa – S. Vicente de Fora Viana do Castelo – Praça da República	Renascimento Maneirismo	5	
Lisboa – Palácio de Palhavã Ponte de Lima – Solar de Bertiandos Vila Real – Solar de Mateus Braga – Solar do Visconde de S. Lázaro [Palácio do Raio] Lisboa – Terreiro do Paço Mafra – Convento	Barroco Pombalino	6	
Queluz – Palácio (2) Lisboa – Basílica da Estrela	Neo – Clássico e Rococó	3	
Lisboa – Igreja de Nª Sª de Fátima Lisboa – Exposição do Mundo Português – Pavilhão de 'Os Portugueses no Mundo'	Contemporâneo	2	"A arquitectura monumental do último decénio é bem o reflexo das grandes aspirações e reformas duma nação que renasce e progride. [...] documenta a obra extensa e profunda, entusiasta mas ponderada, persistente e duradoura do ressurgimento nacional." (p.69)
TOTAL		52	

(Elaboração própria, 2017) Nota: seguiu-se a ordem, a nomenclatura e o estilo constantes da publicação

A época medieval, fundação e consolidação da 'grandiosa nação', é claramente privilegiada, como se pode ver no quadro número 2, seguindo-se a época de Expansão e Descobrimentos, igualmente outro marco fundamental da nossa afirmação enquanto nação que se expande, difundindo a fé cristã. Não é por acaso que a Exposição de 1940 comemora com grande entusiasmo estes dois marcos considerados extraordinariamente significativos na formação da nossa identidade.

Ao atentarmos ao número de fotografias por localidade verificamos que se privilegiam Lisboa e Évora, seguida de Tomar, Batalha, Coimbra, Alcobaça e Sintra. Em Lisboa só os Jerónimos são distinguidos com três fotografias, a seguir a Torre de Belém, S. Vicente de Fora, Palácio de Palhavã, Terreiro do Paço, Basílica da Estrela, Igreja de Nossa Senhora de Fátima "notabilíssima iniciativa de Sua Eminência o Cardial (sic) Patriarca [...] em que artistas de entre os mais notáveis decoradores do nosso tempo colaboraram, que se traduzem, na linguagem plástica do nosso tempo, virtudes colectivas da Pátria e o sentimento da fé cristã que, desde o séc. XII, revelou destinos superiores, indicando o caminho para a glorificação de Portugal." (p.69). A finalizar o conjunto, apenas uma foto da Exposição do Mundo Português. Temos assim a Lisboa grandiosa dos Descobrimentos e Barroco; a Lisboa moderna pós – terramoto e a cidade contemporânea, a acompanhar a vanguarda europeia com as realizações e edificações do Estado Novo. No que concerne à cidade de Évora o registo fotográfico inicia-se com o Templo Romano, Sé -3- fotos, Ermida de S. Brás, Largo das Portas de Moura e Igreja da Graça. Nesta cidade remontamos aos vestígios romanos, medievais, manuelino-mudéjar e renascentistas. Em Tomar o destaque vai para o Convento de Cristo com a Charola e o Claustro Principal, para a Igreja de S. João Baptista e Igreja da Conceição. Destaca-se, pois, a época Medieval, Manuelina e o Renascimento. Alcobaça e Batalha salientam-se pelos seus Mosteiros e Sintra pelo Palácio da Vila e Palácio dos Mouros, esquecendo-se a obra oitocentista da Pena. Na cidade dos estudantes, Coimbra, só dão destaque à época medieval com a sua simbólica Sé – Velha, duas fotos, e com o Convento de Celas. Todas as outras localidades, com um claro predomínio do Norte e Centro, só têm direito, cada uma, a uma fotografia e sempre de monumentos emblemáticos: ponte de Chaves, Sé de Braga, Igreja de S. Pedro de Lourosa, Domus Municipalis em Bragança, Castelo Vila da Feira, etc.

As fotografias, de grandes panorâmicas quer das paisagens, quer dos monumentos, onde se destacam alguns pormenores, assemelham-se ao trabalho do grande divulgador da paisagem, dos monumentos e dos usos

e costumes nacionais, Marques Abreu, "onde o estético e o pitoresco se sobrepunham ao documental". (Aboim, 2013: 321). Não obstante, é na qualidade das fotogravuras, fundamentais como forma de atração turística, que se distancia o labor de Mário Novaes de trabalhos anteriormente publicados pelo fotógrafo e editor acima mencionado, "pela escolha do papel, não couché, retirando-lhes a nitidez desejada, aproximando-as antes de um figurino pictorialista, [...] efeito eventualmente não desejado pelo seu autor" (Aboim, 2013: 321)

2. Discurso de 'ruptura' ou 'continuidade'?

2.1 A 'continuidade' na *Paisagem Portuguesa*

O texto, *Paisagem Portuguesa*, revela, mediado pelo olhar citadino e pela construção burguesa do rural profundamente idílico, uma continuidade narrativa e ideológica relativamente aos discursos de divulgação anteriores ao Estado Novo, contrariando a ideia, por vezes existente, de que os usos ideológicos do turismo são "um cunho do Estado Novo, minorando as marcas de continuidade com o período republicano." (Vidal & Aurindo, 2010: 119) e mesmo com o século XIX.

Segue, pois, o modelo de construção / perpetuação da identidade nacional através da valorização do espaço rural e da paisagem tão cara quer ao Romantismo, com Garrett e Herculano, por exemplo, quer à primeira República. Serve, sem dúvida, os ideais dos Nacionalismos do séc. XIX e XX que defendiam que, para fortificar as identidades nacionais, é necessário descobrir o país com a sua história, heróis e paisagem. Celebra a cultura popular como a mais autêntica e aquela que melhor congrega as características únicas de cada nação. A burguesia, que saiu fortalecida da Revolução Liberal de 1820, promove a criação e difusão de uma cultura, implicando a "promoção de uma atitude colectiva de (re)conhecimento da Nação, da sua história, do seu património, das suas tradições, do seu território (paisagens e povoações)." (Ribeiro, 2012:169)

Acompanha o propósito e a retórica da Sociedade de Propaganda de Portugal, instituída em 1906, de que Portugal deve ser visitado quer por nacionais, quer por estrangeiros para apreciarem a diversidade das suas paisagens e a riqueza das suas tradições. Segue, igualmente, a ideia, veiculada após 1910, da dimensão educativa do ato de viajar à descoberta do território nacional. O culto da Pátria deve fazer-se pelo conhecimento da

história e do seu património, costumes e variedade de paisagens nacionais. Conhecimento, este, que contribui para a sua preservação.

Preservação e conhecimento que, no entender de Carlos Queiroz, implica uma fruição com tempo excluindo veementemente as hordas de curiosos que desvirtuam os espaços. Aceita o 'rodar' da máquina de propaganda turística, profundamente estimulada durante o Estado Novo, "[...] com todos os benefícios que dela possam advir" (p.11), contudo, não se deixa deslumbrar, visto ser "legitimo não a estimarmos em tão larga escala para nós."(p.11). Daí preferir o forasteiro ao turista.

Descreve o que denomina como povo rústico, mitificando-o, devolvendo-o à pureza original, a um tempo primordial, que lhe confere uma essência genuína preservando as nossas tradições e a nossa integridade. "Se há homem do campo que seja afável é o nosso" (p.7) e é este homem do campo que com o apego à fecundez do solo, mantém a paisagem rural repelindo a indústria. Trata-se de difundir o ideal de ruralismo mitificado, uma encenação idílica da natureza, personificando a paisagem. Há, sem dúvida, ao valorizar os recursos turísticos do país, uma 'nacionalização', apropriação e estetização da cultura popular pelas elites intelectuais, numa espécie de saudosismo das origens campesinas, o que conduz à sua edulcoração. O Secretariado de Propaganda Nacional em muitas publicações transmitia este mesmo ideário, ou seja, replicava "a doçura e a inocência rurais, origem, aliás, do presidente do Conselho, que insistia em evocar com certa regularidade." (Cadavez, 2017: 262).

2.2 A 'ruptura' nos *Monumentos de Portugal*

Contrariamente à *Paisagem*, o texto escrito por Luiz Reis Santos, *Monumentos*, marca uma ruptura discursiva podendo ser entendida, na sua plenitude, como uma obra panegírica do Estado Novo, concedendo-se um papel nuclear, a este Regime, na orientação do bom gosto na área das artes, nomeadamente na arquitectura. É por demais salientada a "desordenada atividade" (p.68) arquitectónica anterior ao Estado Novo "que ora manifesta culto convencional pelo classicismo, ora copia formas superficiais de estilos consagrados, em épocas gloriosas de história pátria." (p.68), com a fantasia da Pena, Buçaco, Monserrate, Jerónimos (a ala edificada em 1859) e ainda os 'horrores' da I República. Segundo o autor, a arquitectura portuguesa do primeiro quartel do séc. XX "reflecte o mundo confuso das ideias legadas pelo séc. XIX: definhamento das instituições, da consciência e das atividades nacionais, certos aspectos da desorganização social

em que vivíamos" (p.68, 69), versus o encanto do restauro e edificação arquitectónica do Estado Novo: "obra extensa e profunda, entusiasta mas ponderada, persistente e duradoura do ressurgimento nacional" (p.69). E não poderemos deixar de continuar a citar o autor pela constante glorificação que faz ao Regime em que vive: "a arquitectura monumental do último decénio é bem o reflexo das grandes aspirações e reformas de uma nação que renasce e progride" (p. 69). Pela mão, por exemplo, de Cottinelli Telmo, Jorge Segurado, Carlos Ramos e Pardal Monteiro, a arquitectura do Estado Novo "impõe-se como exemplo, pelo espírito racional, pela disciplina e pelo equilíbrio", correspondendo aos sólidos valores instaurados por quem tem nas mãos o destino da Nação. Glorificação do passado, quantas vezes imaginado, que serve de inspiração à continuidade vigente, exaltação do presente, preservação da memória olhando para o futuro: eis os ingredientes essências para compor a necessária consagração. A divulgação patrimonial acompanha, no texto deste autor, uma clara propaganda ao regime. Propaganda esta que pode, igualmente, ser vislumbrada em muitas outras publicações culturais, políticas e económicas da época como tão fundamentadamente explica Cadavez (2017).

2.3 A 'continuidade' nas Ilustrações

Relativamente à fotografia, os temas tratados e silenciados, as perspectivas adoptadas e a sua inclusão num projeto desta natureza revelam uma continuidade com práticas iniciadas, em Portugal, no início do século, bem mais tarde do que em outros países. Com efeito, a ligação entre a fotografia e a narrativa de viagem manifesta-se desde cedo em França, Inglaterra, Itália e América do Norte. Os fotógrafos acompanham as grandes expedições científicas e as grandes viagens registando o belo, o diferente e, evidentemente, a vertente científica acerca da qual fazem um inventário pedagógico fiel. Em Portugal, só no início do séc. XX, com a edição *d'A Arte e a Natureza em Portugal*, vasta e complexa obra editada por Emílio Biel, publicada em fascículos entre 1902 e 1908, se começa este percurso que pretende ser uma mais valia para o turista. Note-se que "a perspectiva editorial de Biel ancorava num ideal romântico, evidenciando a arquitectura gótica, a par dos castelos e dos "edifícios de architectura contemporânea", e vocacionada para uma 'elite'" (Aboim, 2013: 47). Contudo, esta primeira experiência de condensação de uma visão simultaneamente patrimonial, paisagística e pitoresca não encontrará sequência no imediato. Somente na segunda metade do anos 20, com a atividade editorial e fotográfica exercida por Marques Abreu na área do Turismo e da divulgação dum Portugal patrimonial e cultural expressa n'*A Arte em Portugal* o projeto terá sequência. Trata-se de uma coleção de pequenos volumes "com evidentes preocupações de divulgação turística, que assume o seu carácter precursor num país avaro de publicações congéneres" (Aboim, 2013: 23) crucial para o "desenvolvimento do Turismo Português, anterior à 'Política de Espírito' de António Ferro." (Aboim, 2013: 14).

3. A concepção da obra terá sido inovadora?

No seu conjunto a obra em estudo "aproxima-se da ideia que tinha sido avançada por Krüger[3], Marques Abreu[4] e Hernâni Monteiro nos inícios dos anos 30". (Aboim, 2013: 321). Com efeito, em 1932, Marques Abreu fora abordado por F. Krüger, director da revista *Volkstum und Kultur der Romanen*, admirador do trabalho de divulgação da história, das tradições artísticas de Portugal "a um público culto"[5] (cit.por Aboim, 2013, p. 320) efectuado pela revista *Ilustração Moderna*. O aspecto mais 'empolgante' eram as "ilustrações, excelentes em todo o sentido que [...] documentam, de maneira impressionante, a história e cultura de Portugal sob a forma dum arquivo científico". Nesta revista era transcrita uma carta, datada de 9 de Julho de 1932, onde F. Krüger propunha, a partir do acervo de fotografias de Marques Abreu, a publicação "dum livro sobre Portugal, onde fossem tidos em consideração os monumentos, a paisagem e cenas populares à semelhança do que existe já noutros países..." Saliente-se, nesta proposta, o interesse dos estrangeiros na divulgação de Portugal. O facto de Marques de Abreu não ter financiamento para tal empreendimento motiva Hernâni Monteiro a empenhar-se totalmente na tentativa de angariação do mesmo, como se pode verificar através da carta que envia a Marques Abreu.[6] Objetivo que se propõe concretizar mediante o apoio da Junta da Educação Nacional. Este organismo mostraria interesse na obra, apesar da difícil situação económica em que se vivia, pela importância, no dizer de Hernâni Monteiro, de que se revestia quanto à valorização de Portugal "aos olhos dos estrangeiros cultos." (cit.por Aboim, 2013: 320). O projecto enquadrava-se no aparecimento de vários guias de viagem, portugueses, obedecendo a diferentes perfis e programas, entre os anos 20 e 30 do séc. XX, revelando a existência de um mercado em crescimento. O Guia de Portugal, de Raul Proença, em 1924 e o Guia de Portugal Artístico, de

3 Fritz Krüger (1889-1974) era professor catedrático da Faculdade de Letras de Hamburgo, director do Seminário de Línguas e Culturas Românicas, e dirigiu a revista Volkstum und Kultur der Romanen entre 1926 e 1944

4 José Antunes Marques de Abreu (1879 - 1958) - Fotógrafo e editor com atelier próprio, dedica-se desde o início da sua actividade à gravura, especializando-se na zincogravura. Este processo veio permitir a edição de publicações ilustradas com grandes tiragens, nomeadamente periódicos.

5 Abreu, M. (1932, Set-Out) As coisas portuguesas apreciadas no Estrangeiro. *Ilustração Moderna* nº 58, p. 474-475.

6 Carta de 15.9.1932, de Hernâni Monteiro para Marques Abreu.

Robélia de Sousa Ramalho, iniciado em 1933, apresentavam-se na esteira dos grandes guias como o de Baedeker e os Guides Bleues, da Hachette e MacMillan. O Manual do Viajante em Portugal, de Carlos d'Ornellas, continuador do mesmo título, por Mendonça e Costa, desde 1923, e que teve cinco edições entre 1924 e 1955, propunha diversos itinerários pela capital e pelo país. *Portugal: a Arte; os Monumentos; a Paisagem; os Costumes; as Curiosidades*, publicado pela Portucalense Editora, no início dos anos 30, com programa distinto, englobava vários volumes.

Não obstante esta proliferação de guias, uma edição que traduzisse Portugal em texto e imagens, ambos devidamente cuidados, teria um previsível sucesso, tal como Krüger deixa antever. Apesar das diligências acima enunciadas, o livro, com "as coisas portuguesas apreciadas no Estrangeiro", (Abreu, 1932: 474) nunca passou de um sonho. "É tarefa a que outros mais novos e mais audazes se poderão abalançar", diz-nos Marques Abreu (1932: 474) que, durante toda a sua vida, procurou "criar uma sensibilidade de conservação e valorização do património cultural português, tentando consolidar o que podemos designar de primeiros esforços de divulgação de Portugal, a título particular" (Almeida & Aboim, 2014: 134). Oito anos depois é dada à estampa a audaciosa obra: *A Paisagem e Monumentos de Portugal*.

4. A internacionalização do projeto

Obra esta que se vai internacionalizar quase 20 anos depois daquele empreendimento infrutífero. Com efeito, o Secretariado de Propaganda Nacional, ao promover Portugal no estrangeiro, não esquece esta(s) obra(s) e investe na sua tradução para Inglês e Francês. Os livros são editados em separado num formato mais transportável, quase diríamos de bolso, com capas diferentes da edição portuguesa. Contêm uma introdução explicativa, elaborada pelo autor do respetivo texto, dirigida aos leitores da língua a que se destina. No final, logo a seguir à bibliografia, surgem algumas fotografias de Mário Novaes que fizeram parte da edição portuguesa. Ao folhear, por exemplo, *Paysages du Portugal*, encontramos o prefácio de Carlos Queiroz a explicar que "ce livre n'est pas un guide touristique"[7] (1950: s/p) mas sim uma forma de propagar as características específicas da paisagem portuguesa na sua relação com a literatura, as artes, a etnografia e o folclore. Como Portugal pode ser considerado "le Pays du lyrisme"[8] (1950: s/p), a linguagem é, por vezes, emotiva mas, segundo o autor, a que melhor se adapta a compreender o tema que vai desenvolver: "la féminité – aimable et féconde – du paysage portugais"[9](1950: s/p). O texto segue, exatamente, a organização portuguesa. Todo este esforço de divulgação além – fronteiras remete-nos para a importância que o turismo internacional detém para este país de alma poética e por outro lado, faz-nos recuar no tempo e transporta-nos para a proposta de Krüger: "um livro sobre Portugal [...] à semelhança de outros países [...] visto que, com meu conhecimento, não tenha sido publicada uma obra de conjunto sobre as províncias portuguesas, falta que nós aqui muito sentimos" (1932) O Estado Novo, para quem o Turismo era um meio de propaganda eficaz, cumpriu este ideal. Continuava assim, de "forma aliciante e sub-reptícia, a [seduzir] 'turistas médios' e visitantes estrangeiros." (Cadavez, 2017: 271).

Conclusão

Estamos perante uma narrativa sabiamente urdida, inserida nos mecanismos caleidoscópicos de propaganda, usados na viragem para o séc. XX, e de que o Estado Novo se serviu sabiamente. Note-se que a edição da obra data de 1940. Ora "1940 prepararia o país para o Turismo, enquanto atividade organizada, regulada e propagandeada pelo regime" (Pires, 2003: 39) e esta obra permite-nos o calcorrear, de Norte a Sul, "duma nação que renasce e progride" (Santos, 1940, p. 69) profundamente edulcorada e efabulada. Note-se que os Açores e Madeira estão ausentes da narrativa.

Em nosso entender, como foi explicitado, tratam-se de dois livros unidos por uma capa em que o grande elemento agregador é constituído pelo conjunto das fotografias.

O primeiro autor, Carlos Queiroz, ao fazer a promoção do nosso território, segue o ideal de construção / perpetuação da identidade nacional através da ruralidade. Essa mensagem é construída através da difusão de um mundo tradicional, rural, variado, pitoresco, profundamente edulcorado, apelando a uma polifonia de sentidos. Estamos perante uma idealização da Paisagem, vista como um dos símbolos da Nação, que ajuda a projectar nacional e internacionalmente uma imagem, enquanto recurso turístico, que serve um regime político. Mais do que apenas um espaço físico humanizado, a paisagem surge como elemento agregador da construção da identidade nacional testemunha da história e memória do país. A vivência multissensorial da paisagem é complementada com uma representação poetizada do povo português e da suas gentes. Veicula-se, deste modo,

7 Este livro não é um guia turístico (nossa tradução)
8 o País do lirismo (nossa tradução)
9 a feminilidade – amável e fecunda – da paisagem portuguesa (nossa tradução)

um modelo ideal de povo cheio de emoção e afabilidade. Contrastando com a realidade, transmite-se uma visão ternurenta e pacificada da Nação, onde todos gostam de viver e onde todos gostam de viajar. Valorizam-se, pois, os lugares turísticos dotados de qualidades naturais ou patrimoniais mas também lugares socialmente construídos onde o peso do homem do campo, com as qualidades já referidas, tem especial relevância.

O 'olhar turístico' que se pretende veicular não nos remete para novos tipos de leitura da Paisagem Portuguesa. Segue, outrossim, a linha dos nostálgicos da viagem de lazer e da cultura das elites, que antecede as viagens organizadas e mais acessíveis, sublinhando a dicotomia entre a viagem educativa, da qual os turistas se teriam afastado e a viagem apenas de entretenimento. Os turistas valorizariam os lugares da moda e o lazer em vez do conhecimento e do crescimento interior. A superficialidade no ato de viajar ultrapassaria a verdadeira viagem, mas é aos amantes desta última forma de viajar que se dirige o texto de Carlos Queiroz.

Através do património construído Reis Santos transmite uma multiplicidade de significados ideológicos fazendo com que a valorização da obra passada legitime o tempo presente. Ao longo da narrativa somos alertados para a relação dicotómica: passado/presente, continuidade/modernização, tradição/evolução que se materializam num país que soube preservar a herança, base da sua identidade e justificação da sua ancestralidade, ao mesmo tempo que acompanhou os novos tempos e permite propagandear o ideário do sistema político vigente, sob o olhar atento e acolhedor de Salazar.

Bibliografia

Abreu, M. 1932. "As coisas portuguesas apreciadas no Estrangeiro "in *Ilustração Moderna* nº 58, Set-Out, 474-475.

Almeida, Maria Mota, Aboim, Pedro. 2014. "Guias e Monografias Turísticas entre os anos de 1930 e 1950 in *Tourism and Hospitality International Journal*, vol. 3, nº 2, Parte I, 126 -145.

Acciaiuoli, Margarida. 2013. António Ferro – *A vertigem da Palavra: retórica, política e propaganda no Estado Novo*, Lisboa, Bizâncio

Borges, José Pedro Aboim. 2013. *Marques Abreu: A Fotografia e a Edição Fotográfica na defesa do Património Cultural*, PHD diss., FCSH da Universidade Nova de Lisboa

Cadavez, Cândida. 2017. *A Bem da Nação: As representações turísticas no Estado Novo entre 1933 e 1940*, Lisboa, Eds. 70

Ferro, Mafalda (coord. e org.). 2016. *António Ferro: 120 anos*. Actas, Fundação António Quadros / Texto Editores

Lousada. Maria Alexandre. 2010. " Viagens e Turistas. Portugal, 1850 - 1926. In *Viajar - Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no Tempo da I República*, coord. por Maria Alexandre Lousada, e Ana Paula Pires, 65-75. Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República

Monteiro, Hernâni, Carta para Marques Abreu,15.9.1932.

Pires, Ema Claúdia. 2003. *O Baile do Turismo. Turismo e Propaganda no Estado Novo*

Queiroz, Carlos. s/d - 1950. *Paysages du Portugal*, Lisbonne, SNI

Queiroz, Carlos. 2016. *Paisagem Portuguesa*, Lisboa, Feitoria das Letras

Ribeiro, Carla Patrícia Silva. 2012. "Cultura popular em Portugal: de Almeida Garret a António Ferro", *População e Sociedade*, CEPESE, vol.20, p. 167 -183

Santos, Luiz Reis, Queiroz, Carlos. 1940. *Paisagem e Monumentos de Portugal*, Lisboa, SPN

Vidal, Fréderic e Aurindo, Maria José. 2010. "Turismo e Identidade Nacional: Uma Nova Imagem para Portugal" In *Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no Tempo da I República*, coord. por Maria Alexandre Lousada, e Ana Paula Pires, 119-124. Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República

Nota Biográfica

Maria Mota Almeida é equiparada a Professora Adjunta na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE. Publica na área da museologia, património e turismo cultural. Na área do turismo literário tem desenvolvido uma investigação tendo por base a obra de António José Branquinho da Fonseca. É Licenciada em História pela Faculdade de Letras de Lisboa, Mestre e Doutora em Museologia com a tese "Um Museu – Biblioteca em Cascais: pioneirismo mediado pela a ação cultural e educativa" (2013). É Investigadora Integrada do IHC - Universidade Nova de Lisboa.

Endereço electrónico: mariamotal@gmail.com
ORCID: Orcid.org/0000-0002-7105-5805

A procura da identidade em percursos de alteridade: a essência do "viajar" no turismo religioso

Paulo Barroso

Resumo

A partir da ideia de viajar como actividade transformante do Ser (viajante), esta abordagem preconiza a influência da viagem quer na identidade (singular e colectiva) quer na alteridade do viajante. Seguindo uma estratégia teórico-reflexiva e conceptual, o objectivo é problematizar a essência transformadora da viagem religiosa e reconhecer as suas influências quer no processo de individuação e de alteridade quer no processo de construção de identidade colectiva. Em concreto, o turismo religioso no Algarve, praticamente inexistente, mas potencialmente identitário e diferenciador ou alternativo ao clássico dualismo sol e mar.

Palavras-chave: alteridade, espaço, identidade, religião, viajar

1. Introdução

No poema "Viajar, perder países", Fernando Pessoa (1995, 182) alude ao "ser outro constantemente". Este "ser outro" (e sê-lo "constantemente") é conseguindo com a viagem, porque esta é transformante para o Ser. Com a viagem, transformamo-nos quando experienciamos situações diferentes que surgem como possibilidades de novas vivências. Neste poema, Fernando Pessoa sublinha a experiência de viajar que completa o ser e o existir e amplifica o ver e o sentir. Já no *Livro do Desassossego*, Fernando Pessoa (2009, 404) afirma que "as viagens são os viajantes" e que para viajar basta existir, pois "o que vemos, não é o que vemos, senão o que somos". O autor identifica o viajar enquanto actividade de transformação do Eu, de ressemantização do existir e de descoberta de algo novo ou diferente. Quem viaja é agente activo sobre si mesmo e sobre a sua própria viagem.

É precisamente esta dupla ideia pessoana de viajar (enquanto actividade transformante do Ser que se torna num "ser outro", por um lado, e enquanto actividade preponderante do viajante sobre a própria viagem, por outro lado) que sintetiza o enfoque desta abordagem. A incidência está sobre a influência da viagem quer na identidade (singular e colectiva) quer na alteridade do viajante. Em concreto, no caso do turismo religioso, que pressupõe a dialéctica do devir e a dialéctica do ser. Estas dialécticas estão na base do princípio antigo do devir ou da mudança e do princípio antigo do ser ou da permanência, preconizados respectivamente por Heráclito e por Parménides.

Para o efeito, segue-se uma estratégia de conceptualização e problematização do turismo religioso, interpretando e analisando criticamente os aspectos que o caracterizam. Reflecte-se sobre o percurso ou processo de alteridade nas viagens de turismo religioso para reconfigurar a identidade individual e colectiva e reconhecer o tempo e o espaço como elementos heterogéneos e diferenciadores desse percurso e da própria experiência humana. O objectivo é problematizar a essência transformadora da viagem religiosa e reconhecer as suas influências quer no processo de individuação e de alteridade quer no processo de construção de identidade colectiva.

A questão da identidade e da alteridade, mais do que um objecto de estudo, é um objecto de reflexão e de indagação: Qual é o papel (material ou imaterial) do turismo religioso? Como é que o viajante se diferencia do turista e interage quer com a mudança do devir quer com a permanência do Ser? Como conjugar valores espirituais transformadores com a natureza comercial e volátil do turismo? O turismo religioso funciona como processo de estetização do tempo e do espaço quotidianos?

A identidade e a alteridade são abordadas enquanto questão sobre a individualização e a socialização suscitadas na viagem de cariz religioso. Esta viagem é um percurso transformacional e ocorre configurada no denominado turismo religioso. Este género de turismo não é apenas um fenómeno religioso; é também social e total, cultural e patrimonial; é observável também em outras igrejas e religiões, o que aumenta a importância deste fenómeno, do seu estudo e investigação e da própria actividade turística.

A denominação "turismo religioso" tem um sentido ambíguo, na medida em que "fazer turismo" remete para a ideia de lazer, enquanto que a religião implica uma componente séria e íntima de espiritualidade. O turismo religioso pode ser definido como a visita a locais considerados sagrados, expressando sentimentos de fé, esperança e caridade através de um conjunto de actividades turísticas resultantes da procura espiritual e da prática religiosa. A ideia de viajar (peregrinar) por necessidade espiritual para demonstrar piedade religiosa ou apenas por curiosidade em conhecer o local é distinta da ideia de viajar por lazer ou com propósitos recreativos.

Neste sentido, o turismo religioso é a realização de viagens/visitas (romarias ou peregrinações) a locais sagrados que suscitam e expressam sentimentos místicos de fé, esperança e caridade enquanto uma forma específica de mobilidade e de transformação do Ser.

O turismo e a religião são dois campos onde se operam essas transformações do Ser e onde o próprio sujeito se sobrepõe na sua formação como sujeito de experiências transformadoras. Quem viaja e faz turismo e quem segue um credo e pratica uma religião anseia por experienciar o diferente e sair do quotidiano habitual, entrando em vivências esotéricas: ausentar-se do espaço habitual de vivência e visitar outros lugares, no caso do turismo; sair da dimensão profana e receber a intersecção do sagrado, no caso da religião.

Colocam-se em causa, quer na prática do turismo quer na prática da religião, as questões da identidade e da alteridade do sujeito e da comunidade onde se insere, da dialéctica do Ser (permanência) e do devir (mudança); dos espaços de permanência habitual (ou residencial) e temporário (que se visita) no turismo, e dos espaço profanos e sagrados na religião.

A viagem religiosa é, efectivamente, mais transformadora, porque é um percurso de intersecção espiritual em espaços sagrados, i.e. locais que trazem sempre algo diferenciador para a experiência. Além do culto e do rito do percurso ou viagem/caminhada, há um simbolismo excessivo. Difundidas a partir do século III da Era Cristã no Médio Oriente (Síria, Egipto, Belém e, depois, Roma, Meca, Jerusalém, Belém, Santiago de Compostela, Lourdes, Fátima, etc.) as viagens religiosas são formas de percorrer o espaço e de, assim, se transformar. Esta prática repete-se até hoje, multiplicando-se os espaços para o efeito, entre mitos e ritos da religião oficial e da religião popular. Trata-se de uma ida a um espaço de culto ou sagrado, uma caminhada longa, um êxodo/ausência do espaço onde se vive, uma passagem do espaço profano ao espaço sagrado. É uma forma particular de mobilidade e um ritual em distintas igrejas e religiões.

Os locais sacros são centros de convergência espiritual (núcleos receptores de fé) conjugando dialécticas radicais e igualmente transformadoras: o antigo e o moderno; o sagrado e o profano; o individual e o colectivo; o espiritual e o material; a ida e a volta; visitar o diferente e regressar ao mesmo; a atracção (a aproximação a símbolos e mitos unificadores) e a distracção (o escapismo e diferenciação); a mesmidade e a alteridade. É precisamente esta a ideia de Carlos Fortuna e Claudino Ferreira (1993, 60), quando dizem que "a peregrinação, como o turismo, é um rito sujeito ao jogo duplo de *atracção* (aproximação de símbolos e mitos unificadores) e de *distracção* (escapismo à diferenciação social e maior permissividade no quotidiano da caminhada)".

No cimo de montanhas, montes e outeiros, estes locais são ainda mais simbólicos, conforme os primordiais montes Sinai, Carmelo, Tabor ou Calvário. Ao chegar, o caminhante/viajante tem o corpo cansado e o espírito renovado. Por essa carga de simbolismo, bem como pela importância intemporal de ambos os campos, práticas ou actividades (o turismo e a religião) se justifica esta abordagem. Para mais, a existência humana define-se, de um modo geral, pela procura serôdia e permanente de uma identidade. É na identidade que o ser humano se assemelha aos demais, segue ideais e valores formadores de um determinado desígnio de vida. Esta identidade é individual, mas é também social, i.e. forma colectiva de manifestação de modos de pensar, exprimir, sentir e agir.

A religião é um dos campos onde mais se define a existência humana. Enquanto campo para a identidade, a religião e os seus cultos e ritos aproximam e agregam as pessoas em comunidades estruturadas e centradas

espiritualmente sobre o mesmo (uma entidade sagrada) que se torna paradoxalmente diferente das outras comunidades (pelos traços peculiares da sua identidade) e também diferente até mesmo entre os vários indivíduos da mesma comunidade.

2. Viajar, peregrinar e experienciar

Uma viagem religiosa (ou de âmbito religioso) tem impacto individual e/ou colectivo. É um percurso essencialmente de demanda espiritual que configura uma procura ou reafirmação de identidade e desencadeia um processo de alteridade. É precisamente este o sentido (religioso) de peregrinar (do Latim *peragrare*, "percorrer", "ir longe", *peregre*, i.e. *per agros*, "fora da cidade, no campo", designando *peregrinus* e *pererinatio* "aquele que faz uma viagem a um país distantes e estrangeiro para nele permanecer por algum tempo"). A palavra "peregrinação" adquire um sentido de caminhada aos lugares santos com propósitos religiosos, o que conota o termo a um sentido espacial: a) ida a um local de culto ou espaço sagrado; b) caminhada para longe; c) êxodo do espaço habitual ou ausência da terra onde se vive; e d) passagem do espaço profano para o espaço sagrado.

Um tempo e um espaço sagrados são condição *sine qua non* para a peregrinação ou para qualquer viagem religiosa. Tal como qualquer viagem turística, a viagem religiosa é transformadora e diferenciadora; uma experiência ou experienciação.

Se a viagem religiosa e a viagem turística possuem essa característica, a viagem de turismo religioso ainda mais traz algo diferenciador para a experiência humana. O conceito de "experiência" significa um meio de aquisição de algo quando se viaja. A experiência que se tem ou que se adquire não pertence necessariamente ao mundo, mas ao sujeito; em particular, à interiorização, por parte do sujeito, de alguma coisa que acontece ou que se vive.

A natureza humana proporciona uma diversidade de experiências, entre estas as religiosas. Todas as pessoas possuem experiências, de onde assimilam valores e conhecimentos que as definem e estruturam a sua identidade.

O conceito de "experiência religiosa" é distinto dos conceitos de "experiência sagrada" e "experiência de Deus", porque estes três conceitos representam três tipos de experiências que possuem diferentes referentes e porque a experiência nunca é homogénea. Mas são conceitos também

interrelacionados, com o mesmo âmbito de uma experiência pessoal, subjectiva, se entendermos por "experiência" a percepção imediata, interna, anterior a qualquer análise ou formulação racional (Poupard 1984, 560) e identificável de algo ou algum objecto com resultado na produção de conhecimento empírico. No caso da experiência de Deus coloca-se um problema lógico-semântico: o conceito de "experiência" implica a subjectividade do indivíduo que experiencia ou vive uma situação imanente, em que as suas percepções, pensamentos, sentimentos ou sensações incidem sobre uma ideia de Deus, enquanto este mesmo Deus é concebido como um ser absoluto e transcendente e conceptualizado de um modo pessoal.

Segundo Jesús Casás Otero (2003, 91), "o facto de nos encontrarmos com tanta variedade de religiões pode ser explicado não apenas pela diversidade de experiências pessoais no encontro com o fundamento sagrado como, sobretudo, pelos condicionalismos culturais dos distintos povos". Apesar de partilharem elementos comuns, todas as religiões possuem a sua própria história, tradição e cultura que permitem mudanças estruturais, como o ganho ou perda de popularidade de um santo; mudanças doutrinais e novas visões religiosas.

Sobre o conceito de "experiência", Martin Heidegger (1976, 143) refere que "fazer uma experiência, seja de uma coisa, de um homem, de um Deus, significa que algo nos acontece, nos atinge, nos sobrevém, nos derruba e nos transforma". Todavia, "fazer" não significa, nesta acepção de Heidegger, "que sejamos nós os operadores da experiência"; significa "como na locução 'ficar doente', passar por, sofrer de ponta a ponta, suportar, receber o que nos atinge, submetendo-nos" (Heidegger 1976, 143). Partindo do princípio de uma construção e manutenção sociais da identidade cultural à luz da experiência religiosa, o sentido da experiência religiosa é este de Heidegger.

Num ensaio de teorização da experiência como figura central do pensamento moderno, Michel Foucault (2001, 17) define o que entendeu por "experiência do exterior" como a "experiência que devia permanecer "flutuante", "estrangeira", "exterior à nossa interioridade" durante o tempo em que se formulou a exigência de interiorizar o mundo. A ideia de Foucault, sobre uma experiência exterior à interioridade do mundo operada pelo sujeito, trata da experiência tornada possível por um tipo preciso de pensamento, capaz de se manter fora de qualquer subjectividade, de modo a fazer surgir como que do exterior os seus limites. Conforme firma Foucault (2001, 16), "este pensamento, por referência à interioridade da nossa reflexão filosófica e por referência à positividade do nosso saber, constitui aquilo a que poderíamos chamar em suma 'o pensamento do exterior'". Este é o problema original de procurar situar o pensamento nos limites do conflito interior/exterior, linha de divisão onde se cruza a própria expressão e exteriorização da experiência. Todavia, face à dificuldade em dar a este designado "pensamento do exterior" uma linguagem que lhe seja fiel, Foucault sustenta que "qualquer discurso puramente reflexivo corre com efeito o risco de reconduzir a experiência do exterior à dimensão da interioridade", porque a "reflexão tende a repatriá-la para o lado da consciência e a desenvolvê-la numa descrição do vivido em que o 'exterior' seria esboçado como experiência do corpo, do espaço, dos limites do querer, da presença inapagável de outrem" (Foucault 2001, 19).

Na analítica da existência de Foucault, a experiência assume o papel de *topoi* e de operador para a perspectiva de se pensar sobre a experiência enquanto processo quotidiano de transformação do sujeito.

Dada a natureza complexa que o conceito de experiência evidencia quando confrontado com uma interioridade que se exterioriza permanentemente, são evidentes as peculiaridades que constituem o conceito e, consequentemente, as dificuldades de definição e compreensão do que este significa. Das mencionadas considerações de Foucault permanece o mesmo trabalho de análise e a mesma preocupação. Análise e preocupação em compreender o que se designa por "experiência" ou "expressão da experiência" e em definir o próprio estatuto da experiência como interioridade e exterioridade.

A viagem de turismo religioso tem esta envolvência acentuada de permitir experienciações (mais do que meras experiências humanas) definidoras de identidade, alteridade e existência (individual e colectiva) em torno de elementos sagrados que se apresentam, em qualquer lado, como denominadores comuns.

Considerando que a religião sempre foi e ainda é o motor espiritual de todos os povos, comunidades e civilizações, tendo sempre os seus centros de peregrinação, e que "as peregrinações e os centros religiosos são as formas mais antigas de turismo, tendo, desde sempre, originado viagens em todas as épocas e em todas as partes do mundo" (Cunha 1997, 169), ainda hoje assistimos a estes fenómenos religiosos como exemplos do passado arreigado às crenças e capazes de movimentarem milhares de pessoas.

3. Na rota dos santuários marianos do Algarve

A vida humana não se restringe a impressões nem a ter processos interiores, i.e. a passar por experiências. O ser humano também tem expressões, processos de inter-relação e interacção, designadamente da experiência religiosa e as formas simbólicas das crenças e práticas. Se a religião proporciona exponencialmente este suplemento expressivo, o turismo religioso promove-o, potencia-o. O turismo religioso é um caso peculiar relativamente aos outros tipos ou formas de fazer turismo, porque exige o reconhecimento de um tempo e de um espaço como elementos heterogéneos e diferenciadores de identidade cultural.

No Algarve, por exemplo, a localização desta região permite a exploração privilegiada da conjunção entre o sol e o mar na oferta turística. Caracterizada por um clima ameno, o turismo é a principal actividade da economia no Algarve, tornando-o a principal região turística do país.

A imagem do Algarve, enquanto marca de produto turístico, é reconhecida internacionalmente. A promoção da região enquanto região turística é desenvolvida através da "marca Algarve", sendo o turismo de lazer o principal sector de actividade.

Quanto à vertente do turismo religioso, o Algarve não é desenvolvido. Ao contrário de outras regiões, o factor religioso não é determinante no Algarve. Todavia, de acordo com o próprio *Plano Estratégico Nacional do Turismo* (2013), o Algarve possui "fortes potencialidades para apostar em outros produtos como o turismo de natureza, que pode ser complementado com os circuitos religiosos e culturais".

Além dos factores mais determinantes para o turismo (o sol e o mar, i.e. o mais conhecido postal ilustrado da região), o Algarve possui património religioso diversificado nos 16 concelhos da região. Apesar de não ser determinante nem expressivo o factor religioso no turismo, poder-se-ia salientar, mesmo assim (e à semelhança do que acontece sempre que existe um lugar ou um objecto sacros), a influência da geografia na definição do (espaço) sagrado e o papel da sacralização na organização social do espaço; sustentar a intrínseca relação entre a génesis e a dinâmica do espaço sagrado e a sua frequente e necessária recriação como psicologia colectiva, segundo certos fins espirituais; relacionar evocações sagradas com os aspectos da identidade cultural no Algarve (valores tradicionais e comportamentos/práticas sociais nas manifestações religiosas); e, principalmente, demonstrar como o turismo religioso pode explorar a imagem alternativa do Algarve a partir da identidade local.

Poderá não parecer exagerado, por conseguinte, falar em rota dos santuários marianos no Algarve se considerarmos que Maria é padroeira de Portugal e tem muitas denominações e representações em todo o território nacional. Maria é venerada de diversas formas desde a antiguidade até ao presente. Visitar os santuários/templos dedicados a Maria significa conhecer a devoção e o culto, a história de Portugal (o culto mariano remonta à fundação da nacionalidade) e a tradição religiosa católica. Efectivamente, a história de Portugal cruza-se com a hiperdulia, a tradição do culto e devoção marianas. Principalmente desde o dia 8 de Dezembro de 1854, quando o Papa Pio IX instituiu o dogma da imaculada conceição. Nossa Senhora da Conceição, considerada a mãe da Igreja Católica e proclamada Padroeira de Portugal em 1646 pelo Rei D. João IV com o título de Senhora da Conceição, é invocada e venerada nesse dia como feriado nacional.

A hiperdulia é expressiva em Portugal. No calendário litúrgico, as festividades marianas estão relacionadas com episódios da vida de Maria: Senhora da Purificação (2 de Fevereiro); Senhora da Anunciação (25 de Março); Senhora da Visitação (31 de Maio); Senhora da Assunção (15 de Agosto); Senhora da Natividade (8 de Setembro); Senhora da Apresentação (21 de Novembro); Senhora da Imaculada Conceição (8 de Dezembro). Um pouco por todo Portugal se comemoram estes episódios com festividades populares.

As festividades religiosas são fenómenos que caracterizam e determinam, principalmente, o património histórico-cultural. Património também religioso e popular representado em festas não necessariamente patronais, de freguesia ou de paróquia. São eventos capazes de aglutinar pessoas provenientes de diferentes locais, alguns distantes (como os emigrantes vindos propositadamente à terra durante o Verão), em rituais de culto num espaço sagrado comum e mediante a partilha e compreensão acordada de símbolos.

No Algarve, são exemplos de maior expressão mariana a Catedral de Santa Maria (Faro); a Igreja de Santa Maria do Castelo (Tavira); ou a Festa da Mãe Soberana (Loulé) em honra de Nossa Senhora da Piedade. O Algarve é também interessante pelo peculiar: as tradições do interior enquanto expressões culturais dos valores populares e rurais mais enraizados.

Apesar de o Algarve ser sujeito a uma diversidade de influências culturais externas (por ser o destino de pessoas provenientes de todo o mundo), a região preserva uma identidade que é mais visível no interior. Tal como o sol e o mar, também as festividades religiosas populares são mais frequentes no litoral e, por isso, são também mais conhecidas e presenciadas. Todavia, no interior também existe hiperdulia, bem como as outras formas de culto (dulia e latria). O mapa seguinte ilustra a distribuição predominantemente litoral das festividades marianas no Algarve:



A verde, festividades marianas alusivas às tradições de práticas marítimas; a vermelho, festividades marianas alusivas às tradições populares.

Através da celebração de festividades de devoção popular em templos e lugares específicos das entidades veneradas, opera-se o processo de patrimonialização intangível da geografia (do espaço), da cultura (dos usos e costumes tradicionais) e da própria religião tal como esta é vivida e sentida popularmente. Isto quer dizer que o espaço geográfico (eminentemente simbólico) se torna objecto de sacralização e de construção de património intangível.

Os crentes que se deslocam a um lugar religioso comportam-se como turistas, viajando por prazer para fora da sua residência habitual e por uma certa permanência. Contudo, diferenciam-se quanto à razão ou motivo da deslocação. A identificação entre o turismo e a religião resulta das variadas motivações e intenções dos viajantes. As regiões e os países de destino também apresentam uma grande diversidade de atractivos, pelo que a identificação dos vários tipos de turismo permite avaliar a adequação das peculiaridades da oferta às motivações da procura.

Entre os viajantes ou turistas religiosos que participam nas diversas festividades, é difícil distinguir os que se deslocam por curiosidade, os que são motivados por razões culturais ou os que são movidos por uma motivação fundamentada na fé, independentemente da proveniência local, concelhia ou regional. Estas motivações podem estar presentes na mesma pessoa, mas, quando o lugar sagrado e de culto não oferece outro tipo de atractivos, é a fé, fundamentalmente, que motiva os viajantes ou turistas. Por vezes, as motivações religiosas associam-se às culturais, face à existência de um património artístico e cultural valioso. "Na designação de turismo religioso podem incluir-se não só as grandes manifestações religiosas e as peregrinações aos lugares santos, mas também as festas e romarias que abrangem importantes aspectos etnográficos associados à animação popular" (Cunha 1997, 170).

As relações entre o turismo e a cultura são abundantes, profundas e profícuas. O turismo e a religião são formas de cultura. Além de um serviço prestado e de uma actividade, o turismo é também um instrumento de promoção cultural, um agente formador de estilos, formas, atitudes, gostos e experiências, a partir dos quais se adquire um certo sentido da vida e da sociedade (Cunha 1997, 170). O turismo assume uma dimensão cultural que contribui para a valorização do ser humano e para a criação de uma memória para o futuro, enquanto modo de se expressar sentimentos, ideias ou concepções que consolidam e testemunham um património.

O turismo cultural/religioso também pode ser entendido como um meio de permitir o acesso a formas de expressão cultural e religiosa, permitindo o encontro de culturas e estabelecendo relações com determinados valores. Ao entendermos a cultura como património "de conhecimentos, de princípios, de usos e de regras, de experiências e de opções, que contribuem para transformar o mundo material e criar novos valores espirituais", concluímos que o turismo cultural é o "meio que permite às pessoas conviver com os modos de vida de outros povos e de poder desfrutar de todo o património de conhecimentos desses povos seja qual for o modo por que se expressam" (Cunha 1997, 171).

Uma vez que a invenção do "lugar" sagrado já existe, o espaço ou o lugar sagrado cria e faz emana o simbolismo e identidade, por ser percebido, significado e vivido como território demarcado de religiosidade e centro de convergência ou irradiação do sagrado. Os crentes exprimem-se através de formas simbólicas com o espaço, i.e. o espaço (tal com o tempo) é um elemento determinante quer no turismo quer na religião. A concepção sagrada do espaço reforça os laços de identidade com o meio, bem como o compromisso com o culto.

O lugar sagrado é o lugar do símbolo; lugar que unifica as pessoas em torno do sagrado. A religião imprime marcas na paisagem, mas a paisagem também define a religião, a forma de culto e de devoção. Por conseguinte, o espaço adquire, com a sacralização geográfica dos lugares de culto e devoção, uma ressemantização ou um novo significado profundo na vida e na vivência das comunidades; fomenta simbolismo, identidade e memória colectivas que igualmente transforma cada um de um modo individual, singular, peculiar.

O espaço conforta porque reserva uma memória de protecção; o espaço sagrado é um espaço de proximidade, é familiar, retém ou guarda memórias individuais e colectivas. O espaço sagrado é construído de modo simbólico e auto-reprodutivo, porque é uma construção cultural.

A semiose do espaço sagrado só tem cabimento na condição prévia de existência de memórias suscitadas pelo espaço e passíveis de serem reificadas no presente, porque o sagrado atribui significados à imagem e à memória do espaço sobre o qual projecta uma ordem simbólica que o organiza, ressemantiza e distingue. Neste sentido, as celebrações festivas (património intangível) enquanto práticas significantes e os templos religiosos (património tangível) no Algarve reforçam a imagem de marca da região a partir do que é tradicional, i.e. do que é a expressão colectiva de uma identidade.

4. Conclusão

O que se pretende afirmar com esta abordagem é a possibilidade (ainda não explorada) da vertente religiosa do turismo no Algarve como uma variante e alternativa ao típico sol e mar exclusivo do litoral. Sendo o turismo um dos pilares (se não o principal) da economia do Algarve, a associação do turismo ao que é tradicional na região (os seus usos e costumes) e em Portugal, ou seja, as formas de manifestação de religiosidade e devoção popular mariana, afirmaria uma identidade que, no Algarve, não se destaca pela mais fácil exploração do sol e mar. A vertente religiosa do turismo demonstra, por um lado, o que é tradicional na região e, por outro lado, o "outro" Algarve, o do interior pouco conhecido pelo turismo de massas e de sol e mar.

Outra ideia a reter é a de espaço como representação de património intangível e com significado regional/nacional, i.e. o espaço contributivo para a identidade e a memória colectivas. As formas de cultura são linguagens, formas de expressão cultural de significados colectivos e de sociabilidade. A exploração do turismo religioso como alternativa complementar (não substitutiva) ao turismo de massas (sol e mar) no Algarve é, por conseguinte, a conclusão principal a sublinhar, na medida em que esta seria uma exploração de uma imagem de marca integral do Algarve e conseguida mediante os aspectos menos conhecidos da região.

Se o turismo é a actividade de serviços mais dominante no Algarve, a imagem do Algarve, enquanto marca de produto turístico, conduziria a uma promoção turística da região através do factor religioso. Com esta exploração religiosa do turismo, o Ser (o humano) e o devir (o tempo futuro) se transformariam, mas também se transformaria o espaço (o Algarve), que afirmaria a sua tradição (usos e costumes) e identidade, bem como a própria actividade e oferta turísticas.

Bibliografia

Cunha, Licínio. 1997. *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Mcgraw-Hill.

Fortuna, Carlos; Ferreira, Claudino. 1993. "Estradas e santuários: percurso sócio-religioso e motivações dos peregrinos-caminhantes a Fátima". *Revista Crítica de Ciências Sociais* 36: 55-79.

Foucault, Michel. 2001. *O Pensamento do Exterior*. Lisboa: Fim de Século Edições.

Governo de Portugal. 2013. *PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo – Revisão e Objetivos 2013-2015*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Heidegger, Martin. 1976. *Acheminement Vers la Parole*. Paris: Gallimard.

Otero, Jesús Casás. 2003. *Estética y Culto Iconográfico*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.

Pessoa, Fernando. 1995. *Poesias*. Lisboa: Ática.

Pessoa, Fernando. 2009. *Livro do Desassossego*. Lisboa: Assírio & Alvim.

Poupard, Paul. 1984. *Dictionnaire des Religions*. Paris: Presses Universitaires de France.

Nota Biográfica

Professor Adjunto do Departamento de Comunicação e Arte (Escola Superior de Educação / Instituto Politécnico de Viseu), licenciado e mestre em Ciências da Comunicação, licenciado, mestre e doutorado em Filosofia, pós-doutoramento em Ciências da Comunicação; investigador científico integrado no Centro de Investigação em Comunicação, Informação e Cultura Digital (CIC-Digital) da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (Universidade Nova de Lisboa), com o identificador ORCID 0000-0001-7638-5064.

Turismo cultural como ferramenta de valorização da memória: Quilombo do Pai Felipe em Santos/SP

Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel, Denise Janaina da Cruz, Joselaine de Jesus Pereira, Ligimar Flórido

Resumo

O município litorâneo de Santos, localizado na região da Costa da Mata Atlântica - São Paulo, apresenta-se como um importante polo turístico, destacando-se pelo maior Porto da América do Sul, além de seu contexto histórico, cultural e paisagístico. Atualmente a principal motivação turística na região é sol e praia, estando os aspectos patrimoniais e históricos em segundo plano. Portanto, este trabalho tem como objetivo identificar o potencial turístico cultural do Quilombo do Pai Felipe e a contribuição da atividade turística para o resgate e valorização da memória do patrimônio histórico-cultural da cidade. O trabalho privilegiou a pesquisa descritiva e exploratória, realizada através de pesquisa bibliográfica e documental, além da elaboração de cinco questionários semiestruturados, com perguntas qualitativas direcionadas aos representantes de instituições ligadas ao setor do turismo, do patrimônio e da cultura. Por esta análise constatou-se que o remanescente possui um patrimônio cultural que vai além do que atualmente é ofertado ao visitante. O estudo propõe possibilidades e sugestões de atividades que podem ser aplicadas no espaço do Quilombo do Pai Felipe, como a elaboração de roteiros e apresentações culturais, garantindo a visibilidade e promoção do atrativo, assim como o turismo cultural.

Palavras-chave: Turismo cultural, Memória, Quilombo, Santos

Abstract

The coastal municipality of Santos, located in the region of the Coast of Mata Atlântica - São Paulo, presents itself as an important tourist pole, standing out for the largest Port of South America, in addition to its historical, cultural and landscape context. Nowadays the main tourist motivation in the region is sun and beach, being the patrimonial and historical aspects in the background. Therefore, this work aims to identify the cultural tourism potential of the Quilombo of father Felipe and the contribution of the tourist activity to the rescue and valorization of the memory of the historical-cultural patrimony of the city. The work focused on descriptive and exploratory research, carried out through bibliographical and documentary research, as well as the elaboration of five semi-structured questionnaires, with qualitative questions directed to the representatives of institutions related to the tourism sector, heritage and culture. By this analysis it was verified that the remnant possesses a cultural patrimony that goes beyond what is currently offered to the visitor. The study proposes possibilities and suggestions of activities that can be applied in the space of the Quilombo of the father Felipe, as the elaboration of scripts and cultural presentations, guaranteeing the visibility and promotion of the attractive, as well as the cultural tourism.

Keywords: Cultural tourism, Memory, Quilombo, Santos

I. Breve introdução

O turismo cultural desperta o interesse de turistas que buscam conhecimento de antigas civilizações, costumes, hábitos, sendo a cultura percussora da atividade turística, pois recorre às bases para fortalecimento da memória e valorização cultural.

Com essa premissa, esta pesquisa teve como objetivo identificar a importância do remanescente do Quilombo do Pai Felipe para o desenvolvimento do turismo cultural em Santos. O turismo cultural, aqui proposto, pretende contribuir para o reconhecimento de áreas de quilombo como atrativo histórico cultural, com foco na preservação e conservação da identidade, memória e cultura através da adoção de práticas e ações responsáveis.

Devido ao grande potencial da cidade de Santos e as oportunidades ligadas ao fenômeno turístico, esta pesquisa se justifica por se tratar da primeira iniciativa de conscientização ao poder público sobre a relevância da recuperação de patrimônios históricos “esquecidos” e que fazem parte da identidade local, como é o caso do remanescente do Quilombo do Pai Felipe.

Devido ao abandono atual do espaço onde se localizava o Quilombo do Pai Felipe, levantou-se a seguinte pergunta: O remanescente do Quilombo do Pai Felipe pode se tornar um atrativo turístico cultural que contribua com o resgate e com a valorização da memória local? Para tal, buscou-se levantar os fatos históricos, identificar o potencial turístico sob a ótica histórica e cultural, conhecer o interesse do poder público e privado em contribuir com o resgate e valorização da memória do Quilombo do Pai Felipe e assim contribuir para o desenvolvimento da atividade turística em Santos. Dessa maneira, os resultados da pesquisa se mostraram satisfatórios ao que se refere ao desenvolvimento do turismo cultural local.

II. Memória e turismo

O conceito de memória é bem amplo, sua importância e seu desenvolvimento passam por um processo de adaptação e conhecimento, fatos esses que são captados e armazenados, sendo o estado do ser humano de lembrar ou recordar.

O autor Pollak (1992) apresenta o conceito de memória segmentada por memória individual e coletiva. A memória individual de cada sujeito tem

a ver com a memória social, que diz respeito à cultura popular, da vida familiar, dos costumes e hábitos de uma localidade, da religiosidade, entre outras coisas, que são pontos fortes que se direcionam a construção da memória social. Cada um possui uma memória referente ao tempo passado, a um fato ocorrido e que foi arquivado na memória individual.

De acordo com Pollak (1992) a memória coletiva se caracteriza por estar dentro desse conjunto de fatos, acontecidos no passado e que diz respeito a origem de ideias, sentimentos, paixões e reflexões que temos individualmente. Mas que na verdade está ligada a um grupo denominado memória coletiva. Essa memória coletiva está relacionada a dar-se sequência a história de um indivíduo ou de um país contado através do tempo, da história que mantém esses dados e compõem para poder separar os elementos da memória social.

A memória influência na formação e construção do indivíduo e ajuda na formação da identidade. Portanto, a memória é uma descrição de fatos vividos como se fosse escrita, histórias de vida, é a identidade do indivíduo vindo a definir a identidade de um povo. A memória está presente na história contada, nos acontecimentos que a pessoa assistiu ou participou, em lembranças, monumentos, lugares históricos e museus, em momentos que fizeram e fazem parte do cotidiano.

Estudos têm demonstrado que a recuperação da memória coletiva, mesmo que seja para ser reproduzida aos turistas, conduz, numa etapa posterior à recuperação da "cor local", a um ciclo de realimentação que leva a uma busca pela recuperação do passado (Barreto, 2007). Sendo assim, alavancados valores sociais primordiais e intrínsecos para as comunidades.

Portanto, fatos históricos e as tradições de um local, são ferramentas para o desenvolvimento do turismo cultural que se promove por meio da memória coletiva presente nos museus, centros de interpretação, atividades e outros elementos que apresentam características culturais distintas de um povo ou de um determinado período histórico. Fornecendo a oportunidade para que o turista reflita, vivencie ou sinta-se parte daquele contexto coletivo, tornando à atividade turística não apenas um contato rápido e não aprofundado com a comunidade receptora, mas sim, que se estabeleça relações de mútuo respeito.

Desse modo, identifica-se que a história do Pai Felipe, que representa a memória da cultura do país e as marcas que hoje são a identidade do Brasil, pode ser trabalhada em duas frentes: uma para o fortalecimento da memória coletiva local, o sentimento de pertencimento e a valorização cultural; e a outra perante a atividade turística como um elemento distintivo, que além do incremento econômico, contribui fortemente para esse resgate sociocultural.

III. O quilombo

Para a palavra "quilombo" encontra-se sinônimos como aldeamento, agrupamento, refúgio, acampamento, recanto, esconderijo e muitos outros. Segundo Martins (1937) "quilombo" é um vocábulo de origem numa voz africana ou *quilombu* de origem árabe hebraica - lugar de gente sempre em alerta ou prontidão. Silva (2014) menciona a expressão quilombo de origem banto – *Kilombo* - significando acampamento ou fortaleza, estando presente na historiografia brasileira desde a primeira metade do século XVIII, usada pelos portugueses para designar as povoações ou agrupamentos constituídos por escravos fugidos dos cativeiros. Para Munanga (1995) a palavra quilombo tem a conotação de uma associação de homens aberta a todos, sem distinção de filiação a qualquer linhagem.

Um quilombo remete-se a uma história de luta, conflitos de poder e de interesses nos quais os menos favorecidos eram desprovidos e sobreviviam de maneira precária. Os quilombos no Brasil eram locais onde os povos negros podiam manifestar sem represaria sua crença, cultura e dança. Munanga (1995, p. 63) apresenta que "o quilombo brasileiro é, sem dúvida, uma cópia do africano reconstruído pelos escravos para se opor a uma estrutura política na qual se encontraram todos os oprimidos". A característica marcante era a aceitação de diferentes povos, sem distinção de raça ou linhagem, presença essa marcada pelos brancos abolicionistas que ajudavam nas fugas, doavam terras para o agrupamento e participavam muitas vezes dos rituais de dança e canto africano.

Esses agrupamentos dos escravos fugitivos constituíam-se em lugares seguros, livre de opressões, castigos, torturas e longe das senzalas e dos capatazes. A luta pela fuga os expelia para as matas e encostas em busca de terras produtivas e seguras. A miscigenação ocasionada pela união de grupos advindos de regiões em busca de liberdade dava origem à cultura afro-brasileira.

No Brasil, a Fundação Cultura Palmares (FCP) – vinculada ao Ministério da Cultura - é uma instituição pública fundada pelo Governo Federal para defesa e preservação da cultura afro-brasileira. Em março de 2004, o go-

verno lançou o "Programa Brasil Quilombola" com a função de formalizar a existência das comunidades por meio de assessoria para o desenvolvimento de projetos, visando o acesso à terra, infraestrutura, qualidade de vida, inclusão produtiva, desenvolvimento local, direitos e cidadania. Até 2013 foram certificadas 2040 comunidades quilombolas espalhadas pelo território brasileiro. O país também integra o Projeto "Quilombos das Américas – Articulação de Comunidades Afrorrurais" que tem como propósito fomentar a construção de uma rede de cooperação interinstitucional. Além de possuir desde 2012 o "Selo Quilombos do Brasil" para a identificação da participação da agricultura familiar (SIPAF), emitido pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), garantindo maior valorização, fomento e profissionalização das práticas produtivas quilombolas.

Atualmente, muitas das cidades que possuem remanescentes de quilombo, estão desenvolvendo projetos juntos às autoridades locais para fortalecimento e reconhecimento das comunidades quilombolas, estas que funcionam como uma unidade de preservação da memória, resgate da cultura e a valorização da história, contribuindo para formação da identidade brasileira.

As atividades turísticas desenvolvidas nas comunidades quilombolas, hoje garantem a permanência dos descendentes em seu local de origem. A descoberta do potencial do lugar faz com que através de incentivos e capacitação da mão de obra, essa população visualize a quantidade de serviços que podem ser aprimorados e desenvolvidos em seu entorno, proporcionando melhores condições financeiras e gerando a conservação e preservação das áreas naturais. Assim, a partir da inserção do turismo cultural nos quilombos, a comunidade começa a valorizar e apreciar seus costumes, artesanato, danças e religiões, garantindo a sobrevivência da cultura e mantendo viva a origem, marcada por traços de matriz africana.

IV. Quilombo do pai Felipe

O processo de abolicionismo Santista foi marcado pela presença de personagens importantes que escreveram uma história de luta e resistência no século XIX. A cidade abrigava milhares de escravos fugitivos em quatro quilombos: Vale do Quilombo, Jabaquara, Pai Felipe e Garrafão. A memória retratada nos quilombos de Santos a partir de 1882, marcaram um período de colonização da cidade, a qual passou por inúmeras adaptações que permanecem na memória coletiva atual de sua população.

Pai Felipe era um negro africano descendente da nobreza (caracterizado pelas suas marcas faciais), capturado como tantos outros, vindos em navios negreiros para serem comercializados no Brasil. Durante sua trajetória, conseguiu fugir dos mercadores de escravos e adentrar nas matas junto a um grupo de negros liderados por Quintino de Lacerda (ex-escravo - chefe do Quilombo do Jabaquara), que abrigou vários fugitivos, que resistiam à escravidão da época. Sendo, o Quilombo Jabaquara, um local que desenrolou no século XIX fatos importantes para abolição brasileira e para a história da cidade de Santos. Ali, formou-se o histórico refúgio do negro Quintino de Lacerda e junto a ele, mais para o lado da Vila Mathias, o do Pai Felipe (Lichti, 1986).

Pai Felipe ficou um período de tempo no quilombo do Jabaquara, mas logo se estabeleceu na Vila Mathias, junto com outros, no qual ele passou a chefiar. Muniz Júnior (2008, p. 61) descreve:

> *Consistam-no ressaltar que Pai Felipe era um africano que de regia extirpe quanto Quintino de Lacerda era um criolo nascido no Brasil, por isso o primeiro disputava de um prestígio natural junto dos seus vassalos, pois trazia na pele as marcar tribais de sua nobreza sendo portando reverenciado. É imperioso lembrar que desde os tempos coloniais todo africano que chegasse ao Brasil como soberano ou descendente da nobreza era respeitado e acatado de acordo com as tradições negra. Assim é que quando chegou a Santos, comandando um grupo de fugitivos, Pai Felipe não quis ficar no Jabaquara, subordinado ao encarregado daquele reduto.*

O local escolhido para o acampamento por Pai Felipe, foi as encostas do Monte Serrat, ao lado de uma fonte de água e encoberto por bambuzais. O espaço era propício para avistar perigos, assim como para o desenvolvimento de suas danças, crenças e rituais, até então proibidos pelos senhores de escravos. Atualmente o remanescente estão localizados dentro da sede da CET- Companhia de Engenharia e Tráfego, sendo representado por um paredão que simboliza uma fonte de água e uma pedra filosofal.

Ao longo dos anos, o Quilombo foi se estabelecendo e acolhendo fugitivos advindos de outras localidades, recebendo além de negros, os brancos e mestiços que tentavam fugir do período de resistência cultural e étnica, dando origem a uma sociedade multicultural. A população que ali se instalou, aplicava seus conhecimentos na elaboração de artesanatos para serem comercializados, encontrando desse modo uma forma de subsis-

tência. “Nesse quilombo, embrenhado numa porção de mato e habilmente encoberto de vistas perseguidoras, fizera Felipe o acampamento de sua gente que trabalhava no corte de madeira para lenha e construção, e na indústria de chapéus de palha” (Victorino, 1904, p. 65).

Pai Felipe também conhecido como “Rei Batuqueiro”, mantinha uma relação amigável com os abolicionistas e com a população que passou a viver sob seu comando. Durante as noites, sua cultura, seus costumes e crenças se misturavam a tantas outras ali presentes, instaurando uma nova identidade e uma busca constante de perpetuação de sua memória.

Apesar de toda repressão sofrida pelos escravos, Victorino (1904, p. 65) retrata que estavam certos que sua liberdade estava próxima:

> *Então era sublime quando as pessoas que procuravam a distração naquele ponto da cidade ouvir logo na entrada vila o echo sonoro dessa cantiga vindo do fundo das matas, semelhando o gemido duma dor que mais tarde se reverteria em jubilo, pois tudo isso, toda essa agitação em prol dos oprimidos não era mais que o labor de um parto que deveria dar à luz a lei áurea, entregando ao Brasil não um ente, mas todos os entes completamente libertos e que até o dia 12 de maio de 1888 estorceram-se na opressão terrível da escravidão.*

Os povos quilombolas deixaram uma herança de grande valor na história, nas formas, no movimento, na música, na capoeira, na dança, na espiritualidade, no conhecimento, nos costumes e na ética, representando parte da diversidade cultural brasileira.

Pai Felipe e o Samba na cidade de Santos

O samba nasceu oficialmente no século XIX na Bahia, da mistura de ritmos africanos, mas desenvolveu-se no Rio de Janeiro. As manifestações populares que remetiam a cultura africana eram mal vistas, portanto, o samba foi uma modalidade artística muito perseguida com períodos de proibições ou até mesmo de prisões de envolvidos.

O samba e o carnaval da cidade de Santos já chegaram a ser considerado o 2º maior do Brasil, ficando atrás somente do Rio de Janeiro. Considerada uma cidade “batuqueira” desde os tempos de Brasil Colônia, o Pai Felipe já era considerado um dos percussores do samba. O ritmo do samba é marcado pela junção de alguns instrumentos de corda como cavaquinho, violão acompanhado do surdo, tamborim, pandeiro, reco-reco, agogô, chocalho, cuíca, outros. Pai Felipe reunia uma legião de seguidores encantados com a cadência do batuque que ecoava através dos seus tambaques, dançavam e cantavam, recebia também em seu quilombo muitos abolicionistas para participar das suas rodas de samba.

> *Quando havia luar as danças aperalvilhadas prolongavam-se até madrugada repercutindo o soar dos atabaques por todos os recantos da cidade, pois o batuque era uma distração para os que procuravam aquele pitoresco recanto nos fins de semana. E, a exemplo do que ocorre hoje (temos leite de onça), nos momentos de pausa era distribuído quentão para todos inclusive os batuqueiros que nessas porções estimulantes ficavam mais espiritados para saracotear no terreiro, rufar os adufes, agitar as cacimbas ou percutir os tambaques (Muniz Júnior, 1976, p. 27).*

Quando foi proclamada a abolição dos escravos, Pai Felipe e seus seguidores, saíram pelas ruas da Vila Mathias em direção ao centro da cidade para celebrar tal feito. E depois disso não se teve mais notícias de Pai Felipe, ele não retornou.

O samba na cidade não parou. Pós Pai Felipe, o carnaval acontecia entre as Praças José Bonifácio e a Praça Mauá, lugares onde os foliões se concentravam para festejar o carnaval nos blocos, nos cordões, nos ranchos e mais tarde nas escolas de sambas.

As primeiras escolas de samba da cidade surgiram na década de 30. Como a Não É o que Dizem (1939), Dois Pinguins (1940), Número Um do Canal 3 (1941), Aí Vem a Favela (1942) e a X-9 (1944). Naquela época, para participar da bateria de uma escola, os interessados tinham que passar por um teste chamado prova de fogo, onde o pleiteante a vaga na bateria tinha que tocar vários instrumentos como agogô, reco-reco, chocalho, cuíca, malaca/tamborim, entre outros (Muniz Júnior, 1999).

Na década de 40, existiam ainda as Batalhas de Confetes que eram desfiles de blocos e choros não oficiais pelas ruas de vários bairros sem direito a títulos, mas com premiações em dinheiro. Por volta de 1947 começaram os desfiles oficiais das escolas de samba através do apoio dos jornais, rádios, emissoras, cronistas carnavalescos e apoio dos comerciantes do centro de Santos (Muniz Júnior, 1999).

Já, na década de 50, aconteciam os primeiros desfiles oficiais com subvenção da prefeitura e de acordo com o cumprimento da lei municipal

nº 1.761. Depois disso, o evento se tornou contínuo acontecendo até os anos 2000. Porém, de 2001 a 2005, houve uma interrupção nos festejos carnavalescos da cidade, sendo um duro golpe aos sambistas da região. Em 2001, durante o cessar dos desfiles oficiais, surgiu o Carnabonde na mesma Praça Mauá do século XIX, para reavivar o centro histórico e manter vivas as tradições, crenças e relembrar os antigos carnavais (Muniz Júnior, 1999).

Então, na década de 60 e 70 os desfiles aconteciam no bairro do Gonzaga em direção a orla da praia. Nos anos 80 o carnaval se aprimorou e as escolas desfilavam em uma passarela em linha reta com cabines individuais para os jurados e com arquibancadas. Sendo um campeonato regional, onde as escolas de samba não eram divididas por categorias. Em 90 conforme um esquema de metropolização do governo municipal, o campeonato passou a ser denominado carnaval metropolitano realizado na praia do Itararé em São Vicente e as escolas foram divididas em grupo I e II, porém esse esquema não deu certo retornando para o carnaval regional ainda no decorrer da década.

Em 1997 devido a uma ação civil ajuizada pelo Ministério Público que proibia o desfile na orla da praia, não houve desfile das escolas de samba. Nos anos de 1998 e 1999 os desfiles decaíram e para enfraquecer foi realizado na Avenida Portuária o que serviu para suspender os desfiles na cidade.

No ano de 2000 os desfiles retornaram à cidade, devido à comemoração Nacional do aniversário do País, que comemorava seus 500 anos de descobrimento e por conta dessa comemoração, ficou estabelecido que o tema para todas as agremiações de escola de samba, fosse à participação dos povos na história do Brasil. E novamente não ouve desfile no período de 2001 até 2005. Retornando apenas em 2006, após mudança de gestão municipal, a cidade pode contar com essa Festa Popular em lugar específico - Passarela do Samba Dráuzio da Cruz - construída no bairro da Zona Noroeste onde os desfiles são realizados até os dias atuais.

No dia 2 de dezembro é comemorado o Dia Nacional do Samba e na cidade de Santos é realizado um grande evento chamado Alvorada do Samba, onde às 6 horas da manhã as agremiações coirmãs, as autoridades locais, sambistas e admirados do samba em geral, comparecem ao remanescente do Quilombo do Pai Felipe para prestigiar o samba e manter viva a história, tradições e crenças.

V. Procedimentos metodológicos

A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória e descritiva. Sendo que a investigação exploratória procura descobrir novas ideias, perspectivas e aspectos da realidade, com o objetivo de expandir o conhecimento sobre a cidade de Santos, seus patrimônios históricos e culturais, com a finalidade de contribuir com a potencialização do turismo e colaborando para a conservação da memória e cultura afrodescendente. Enquanto que a descritiva busca delinear as características de uma população ou área de interesse de forma objetiva e precisa (Schluter, 2003). Que segundo Godoy (1995) desempenha um papel fundamental tanto no processo de obtenção dos dados quanto na disseminação dos resultados.

Como forma de alcançar os objetivos propostos nessa pesquisa, foram utilizadas como fontes: pesquisas bibliográficas, internet, websites de órgãos oficiais, artigos científicos, teses e dissertações. Assim como, foram elaborados cinco questionários semiestruturados, com perguntas qualitativas, direcionados no mês de outubro de 2015 aos órgãos públicos e entidades privadas, sendo: SECULT - Secretaria municipal de cultura, SETUR – Secretaria municipal de turismo, CONDEPASA – Conselho de defesa do patrimônio cultural de Santos, COPIRE – Coordenadoria de promoção e igualdade racial e étnica, e CET – Companhia de Engenharia de Tráfego de Santos, todos esses órgãos estão envolvidos direta ou indiretamente na conservação, proteção e promoção do Quilombo do Pai Felipe. Porém, cabe ressaltar que se encontrou dificuldades de retorno, visto que, algumas instituições e órgãos não responderam as solicitações de informações que estavam previstas. Portanto, a análise dos resultados baseia-se em apenas três questionários (CONDEPASA, CORIPE e SECULT), nos quais as informações coletadas buscam identificar os problemas e dificuldades encontradas pelo poder público e privado em administrar, conservar e o gerenciar o local.

VI. Análise dos dados

A análise dos dados permitiu identificar elementos primordiais sobre a inserção do remanescente do Quilombo do Pai Felipe em políticas públicas de preservação do patrimônio histórico-cultural de Santos.

Evidentemente, o Quilombo do Pai Felipe é valorizado culturalmente, visto que, o poder público realiza eventos que constam no calendário oficial da cidade e que são publicados no Diário Oficial do munícipio. Entre eles,

ocorre anualmente uma atividade de turismo étnico, com roteiros guiados ao Outeiro de Santa Catarina e aos Quilombos do Jabaquara e do Pai Felipe, além da comemoração do Dia Nacional do Samba (02 de dezembro). Porém, essas ações são ainda insuficientes, já que, grande parte da população desconhece o local e sua história. E a divulgação dos eventos pelo Diário Oficial não atinge a população em massa, como outros veículos de comunicação mais populares.

O Quilombo do Pai Felipe também é visitado por professores e estudantes da rede pública de ensino, com o objetivo de se realizar aulas extraclasse que incentivem os estudantes a reconhecerem os elementos históricos e culturais da cidade, para que as futuras gerações possam preservar, valorizar e perpetuar a memória local, além de contemplar a Lei n°. 10.639 de 9 de janeiro de 2003, que inclui no currículo oficial da rede de ensino a temática "História e Cultura Afro-brasileira" (BRASIL, 2015).

A região de Santos engloba um potencial histórico, social e cultural de imenso valor. A atividade turística já é desenvolvida na cidade e sugere-se uma melhor apropriação dos atrativos naturais e culturais, como o remanescente do Quilombo do Pai Felipe, que é um elemento distintivo dentro do contexto turístico.

Por meio das entrevistas é possível identificar que há órgãos que se interessam pela preservação, conservação e divulgação do remanescente do Quilombo do Pai Felipe e que percebem a importância das atividades culturais no local. Mas, notoriamente, não existe um diálogo entre eles, assim, um não têm conhecimento sobre as ações dos demais colegiados e não executam projetos em conjunto ou com parcerias. Observa-se que os motivos são muitos, se referem a não continuidade dos projetos da gestão anterior, a falta de diálogo entre os órgãos para projetos em conjunto, falta de investimento financeiro e no capital humano. Portanto, evidencia-se, que a atividade turística é um modo de reavivar o histórico cultural e que a união entre os órgãos promoveria o desenvolvimento sustentável do local.

A infraestrutura dos equipamentos turísticos é indispensável para o desenvolvimento do turismo cultural, porém, observa-se no espaço esta carência. Questionando os entrevistados, entende-se que não há claramente um responsável, ou seja, alguém que assuma o espaço ou lidere as ações, desta forma, atualmente o local não oferece suporte para a atividade turística. Mas mesmo assim, agências receptivas da região organizam pequenos roteiros e inserem o remanescente como um de seus atrativos.

A pesquisa identificou um posicionamento unânime dos órgãos entrevistados de que são necessários mais projetos, a implementação de infraestrutura, a divulgação e o envolvimento de todos, a fim de se garantir o reconhecimento, pertencimento e a difusão do espaço. Portanto, foram elaboradas ações e sugestões aos órgãos, baseando-se em atividades turísticas.

Para o desenvolvimento da atividade de turismo cultural é necessário à presença de monitores e guias de turismo que possam trabalhar de forma lúdica, diversificada e responsável, com atividades que promovam conhecimento da cultura afro. O local tem espaço suficiente para disponibilizar artesanato e exposições de arte que retrate a cultura afro-brasileira e culinária regional. Outra sugestão é incluir o quilombo em roteiros históricos culturais, com a sensibilização dos visitantes, aproximando os fatos históricos, tornando-os parte do contexto, desenvolvendo um sentido de pertencimento e identidade.

Também há possibilidade da inclusão de grupos escolares por meio do turismo pedagógico, estimulando o aprendizado de crianças e adolescentes, proporcionando aos alunos a exploração do assunto de maneira prática, despertando o interesse sobre as origens e manifestações dos povos.

De fato, a relação do Pai Felipe com o contexto histórico do samba na cidade de Santos é indissociável. Assim, a formatação de um novo roteiro turístico que trabalhe com a memória oral, trazendo para a atualidade, como o samba ganhou espaço e tamanha proporção na cidade, relatando suas origens, pessoas que contribuíram para esse crescimento, apresentando os primeiros palcos e cenários dessa manifestação cultural e finalizando na Passarela do Samba Dráuzio da Cruz com apresentações de sons e ritmos do samba mantendo viva a tradição, contribuiria efetivamente para a preservação da memória local.

Essas ações e sugestões poderão contribuir significativamente para a atividade turística, para a geração de emprego e renda, fortalecimento da economia local, aumento das vendas e visibilidade dos comércios em diversos setores (hospedagem, alimentação, agências).

VII.Considerações

Esta pesquisa caracteriza-se por ser uma alternativa de inclusão do remanescente do Quilombo do Pai Felipe em roteiros culturais e históricos, envolvendo o conhecimento da população sobre suas origens e identida-

de, contribuindo para a melhoria da infraestrutura e manutenção do local através do reconhecimento de seu potencial turístico. Isso é possível através de iniciativas que assegurem as melhorias na divulgação e promoção do quilombo, bem como, melhorias na infraestrutura básica do local (sanitários, estacionamento, energia elétrica, acessibilidade, recursos humanos), bem como o envolvimento da comunidade em atividades culturais.

Com base nas informações adquiridas por meio da coleta de dados (questionários), foi possível identificar que existem órgãos interessados na criação e inclusão do quilombo em atividades voltadas ao reconhecimento da identidade local. Contudo, foi possível observar que muitas ações e medidas devem ser fomentadas, além de mudanças no processo de comunicação entre as secretarias ou departamentos municipais, para que sejam viáveis projetos em conjunto que visem o incentivo da atividade turística e a valorização cultural.

Estudos futuros devem ser desenvolvidos buscando identificar o grau de interesse das agências de viagens na promoção do atrativo e a elaboração de outros roteiros culturais com base a fomentar o turismo local.

Bibliografia

Barreto, M. (2007). *Cultura e Turismo: Discussões Contemporâneas*. Campinas, São Paulo: Editora Papirus.

Brasil. (2015) Lei n°10.639, de 9 de Janeiro de 2003. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira", e dá outras providências. Recuperado de: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.639.htm>.

FCP. (2015) FUNDAÇÃO CULTURAL PALMARES. *Comunidades Quilombolas*. Recuperado de: <http://www.palmares.gov.br/?page_id=88#>.

Godoy, A. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35(2), pp. 57-63.

Lichti, F. (1986). *Poliantéia Santista*. São Vicente: Ed. Caldex.

Martins, S. (1937). *História de Santos, 1532-1937*. São Paulo: Empresa Gráfica das Revistas dos Tribunais.

Munanga, K. (1995). Origem e histórico do quilombo na África. *Revista USP*, 28(1), pp. 56-63.

Muniz, J. (1976). *Panorama do Samba Santista, Documentário Folclórico e Carnavalesco*. São Paulo: Co- Edição Impressa – CLY.

_____ (1999). *O Samba Santista em Desfile*. Santos: Ed. JB Publicidade Ltda.

_____ (2008). *O Negro na História de Santos*. Santos: Ed. ICACESP.

Pollak, M. (1992). Memória e Identidade Social. *Estudos Históricos*, 5(10), pp. 1-15.

Schluter, R. G. (2003). *Metodologia da Pesquisa em Turismo e Hotelaria*. São Paulo: Aleph.

Silva, R. (2014). O Turismo comunitário como ferramenta de desenvolvimento local nos territórios quilombolas. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 7(1), pp. 1-20.

Victorino, C. (1904). *Obra Santos Reminiscências (1875-1898).* São Paulo

Notas Biográficas

Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel

Doutora em Turismo e Hotelaria – UNIVALI/Brasil. Mestre em Turismo Cultural com especialização em Gastronomia – Universitat de Girona/Espanha. Mestre em Análise Geoambiental – UnG/Brasil. Especialista em Educação para o nível superior – IFSP/Brasil. Graduada em Turismo e Hospitaliade – IFSP/Brasil. Experiência docente nos cursos de Turismo, Eventos, Hotelaria e Agenciamento de Viagem. Membro da La Red Iberoamericana de Investigadores en Emprendimiento Social y Codesarollo/Espanha. Revisora de periódicos acadêmicos e científicos. Membro de grupos de pesquisa. Realiza trabalhos com consultoria em turismo, festivais, gastronomia e desenvolvimento regional por meio do turismo sustentável.

Currículo: http://lattes.cnpq.br/5949076259784225
cameneguel@gmail.com

Denise Janaina da Cruz

Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – câmpus Cubatão. Membro civil atuante

nos movimentos da comunidade do Samba da cidade de Santos. Trabalhos desenvolvidos com planejamento e organização de eventos com foco na Passarela do Samba Draúsio da Cruz – Santos/Brasil.

Currículo: http://lattes.cnpq.br/1351258836340953
dejancruz@hotmail.com

Joselaine de Jesus Pereira

Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – câmpus Cubatão. Trabalhos desenvolvidos com planejamento e organização de eventos.

josi.jesus23@gmail.com

Ligimar Flórido

Graduada em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – câmpus Cubatão. Sólida experiência profissional no setor de cruzeiros marítimos, atuando no processo de recrutamento e seleção de tripulantes para as empresas atuantes no mercado brasileiro. Trabalhos realizados com planejamento e organização de eventos e hotelaria.

Currículo: http://lattes.cnpq.br/8997815668544727
ligi27@gmail.com

Turismo, terras de Portugal e de Espanha: Redes de turismo cultural (literário e intelectual) ontem e hoje

Susana Rocha Relvas

Resumo

Neste estudo pretende-se refletir, ainda que sucintamente, sobre a importância da viagem cultural no espaço intra-ibérico empreendida nas décadas de vinte e de trinta, dando como exemplo as viagens culturais realizadas a Espanha por intelectuais com distintos credos políticos como o republicano Leonardo Coimbra e o monárquico António Sardinha e as viagens do Marquês de Quintanar a Portugal, que, por circunstâncias distintas, terão um impacto decisivo nas suas vidas e permitirão traçar o caminho para novas oportunidades a nível académico, cultural e turístico.

Este intercâmbio terá reflexos nas políticas culturais tomadas pelo Marquês de Quintanar, como Presidente do Patronato Nacional do Turismo Espanhol e por António Ferro, diretor do Secretariado de Propaganda Nacional com vista à criação e consolidação de uma indústria do turismo.

Hoje, o turismo cultural ibérico, nas suas vertentes literário e/ ou intelectual, como segmento de mercado partilhado, atinge um grau único de desenvolvimento na história dos dois países peninsulares, procurando consolidar-se e expandir-se em rede, tanto no que respeita à criação de políticas comuns como na disseminação do património cultural.

Palavras-chave: viagem, cultura, turismo literário e intelectual, Portugal, Espanha

Abstract

In this study we intend to analyse, though briefly, on the importance of cultural travel undertaken between Portugal and Spain in the twenties and thirties, giving as example, the Republican Leonardo Coimbra and the Monarchist Antonio Sardinha's cultural travels to Spain and Marqués de Quintanar's trips to Portugal, which, for different circumstances, will have a decisive impact on their lives and will pave the way to new opportunities for academic, cultural and touristic level.

This exchange will have reflections in the cultural policies taken by Marqués de Quintanar as President of the National Patronage of the Spanish Tourism and by António Ferro, director of the National Propaganda Secretariat in order to create and consolidate a tourism industry.

Today, the Iberian cultural tourism in their literary and / or intellectual aspects, as shared market segment achieves a degree of unique development in the history of the two peninsular countries, seeking to consolidate and expand the network, both in terms of the creation of common policies and the dissemination of its cultural heritage.

Keywords: travel, culture, literary and intellectual tourism, Portugal, Spain

Considerações iniciais

Na evocação do I Congresso Nacional de Turismo (1936), nada nos parece mais oportuno do que remontar às viagens empreendidas entre Portugal e Espanha nas décadas de vinte e de trinta, refletindo sobre a importância do turismo cultural nas suas vertentes de turismo intelectual e literário, que dinamizaram as relações culturais da época e sedimentaram as bases de uma indústria turística que começa, então, a ser pensada e regulamentada nos dois países ibéricos.

O título, que escolhemos para esta comunicação, remete-nos, inevitavelmente, para o livro de Miguel de Unamuno *Por Tierras de Portugal y de España* (1911) onde o autor, inspirado pelas correntes oitocentistas do "casticismo" e do "pitoresco", assume-se como "turista" e parte, como tantos outros intelectuais do seu tempo, em busca dos traços definidores das culturas ibéricas (Unamuno, 1989)[1]. A viagem, afigura-se aos olhos do pensador espanhol como prática cultural, como "experiência humana única" (Machado; Pageaux, 1988: 34) que o escritor eternizará na sua narrativa de viagem, revelando o modo como "sentiu e amou Portugal no seu povo, na sua história, na sua literatura, na sua paisagem (Bento, 1989: X).

Em contrapartida, Espanha despertara mais cedo que Portugal para o turismo. O exotismo andaluz, que o estrangeiro associou por metonímia a todo o território espanhol, levou viajantes desde séculos recuados a percorrer as terras do cavaleiro da Mancha (Moura, 1992). Mas será nas primeiras décadas do século XX que a circulação de indivíduos e trocas nos planos económico, cultural e religioso, atinge maior maturação graças, em grande parte, ao romantismo oitocentista que desperta para a necessidade de valorização do património, material e imaterial, e aposta no estudo do seu passado, procurando definir com bases históricas e etnolinguísticas, uma matriz identitária própria que a afirme e a distinga dos outros povos. Destacam-se, nesta linha, os meritórios trabalhos de José Leite de Vasconcelos e Menéndez y Pelayo.

Ao longo da história peninsular, a encruzilhada de caminhos, ora convergentes ora divergentes, entre os povos Ibéricos espelha a existência de um espaço polissistemico onde complexos processos sociais, culturais e económicos convergem e se influenciam mutuamente (Pérez Isasi, Fernandes, 2013). Este é um período especialmente fértil em trânsitos e migrações,

1 Valeu a Unamuno a sua rede intelectual de contactos, especialmente com Teixeira de Pascoaes, Manuel Laranjeira ou Guerra Junqueiro, não só na hospedagem como nas orientações bibliográficas a seguir para o mais completo conhecimento das idiossincrasias portuguesas, do tédio ao pessimismo, do messianismo ao seu mais iluminado lirismo, mas também usos e costumes regionais como a faina dos pescadores em Espinho ou o culto religioso em Braga (Unamuno, 1989).

quer culturais, com o surgimento de redes intelectuais intra e extra-ibéricas, de cariz transnacional e alcance transatlântico, quer políticos, dada a circunstância de exílio a que foram sujeitos muitos cidadãos portugueses, cuja filiação política remava em sentido contrário aos regimes políticos instituídos no decorrer da primeira metade do século XX.

1. Turismo cultural, literário e intelectual

Essas redes, protagonizadas por homens e mulheres de cultura, permitiram o desenvolvimento do turismo cultural, nas suas vertentes de turismo literário e intelectual, que se perpetuam até hoje, em moldes mais alargados e com impacto significativo no desenvolvimento económico e social (Marujo, 2015: 6), sobretudo nas décadas recentes, em que o turismo se converteu, em Portugal e noutros países europeus, em "estratégia de regeneração" económica (Richards, 1996:31). Se é certo que, cada vez mais, se procura a autenticidade artística, gastronómica, linguística ou arquitetónica, também é verdade que o turismo, hoje, um segmento de mercado de massas, está centrado no consumo de produtos culturais. Na tentativa de definir o turismo cultural, na sua abrangente e multifacetada asserção, Greg Richards oferece-nos as seguintes propostas:

> *"The movement of persons to cultural attractions away from their normal place of residence, with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs" (Richards, 1996). "According to this conceptual definition, cultural tourism covers not just the consumption of the cultural products of the past, but also of contemporary culture or the 'way of life' of a people or region. Cultural tourism can therefore be seen as covering both 'heritage tourism' (related to artefacts of the past) and 'arts tourism' (related to contemporary cultural production)" (Richards, 2003)*[2].

O turismo cultural [heritage tourism] ocupa-se, deste modo, da preservação da memória, entendida simultaneamente, quer como arquivo, individual e coletivo, com os seus recursos culturais, históricos e naturais, quer como experiência de lugares, artefactos e atividades a que se associa um conjunto de processos dinâmicos, de seleção, conservação e transmissão de objetos com valor histórico. A herança cultural de um povo deve ser, acima de tudo, um espaço de reescrita, reconstituindo através das "narrativas de lugar" - "Place narratives" (Richards e Marques, 2014), os factos e os usos do passado para mobilizar novas relações coletivas da memória[3].

Por seu lado, o turismo cultural acolhe em si as vertentes de turismo literário e de turismo intelectual. O primeiro, dedica-se à promoção, tanto da vida dos autores e sua produção literária e artística (Mendes, 2007; Herbert, 2001), como dos lugares e eventos mencionados nas narrativas de ficção ou representados nas artes plásticas[4]. Já o turismo intelectual definido, de igual modo, como turismo educacional, com extensão ao turismo pedagógico (Bidaki, Hosseini , 2014)[5], é praticado por aqueles que se deslocam a outro país para formação ou participação em eventos científicos e que, nessa circunstância, consomem produtos culturais (Herbert, 2001). Estas duas variantes singulares do turismo cultural têm sofrido, sobretudo, nas últimas duas décadas, um impulso significativo, como consequência direta, quer da política de museus, bibliotecas e arquivos, quer da crescente valorização da literatura, dos autores que a produzem e do contexto histórico e social que condicionou ou estimulou a sua criação literária.

Postas estas considerações iniciais, fundamentais para a compreensão dos temas em discussão, regressamos às décadas de vinte e trinta, precursoras do turismo cultural, literário e intelectual, tomando como exemplo as "embaixadas culturais" a Espanha dos intelectuais e políticos António Sardinha (1887-1925) e Leonardo Coimbra (1883 -1936) e a ação dos agentes culturais António Ferro (1895-1956) e o Marquês de Quintanar (Fernando Gallego de Chaves y Calleja, 1889-1974) em prol do desenvolvimento da indústria turística a nível nacional e ibérico.

2. As "embaixadas culturais" de Leonardo Coimbra e o exílio de António Sardinha

As viagens intelectuais a Espanha empreendidas por Leonardo Coimbra e António Sardinha devem-se a diferentes circunstâncias, no entanto, ambas terão um impacto decisivo nas suas vidas e abrirão caminho a novas possibilidades a nível académico, cultural e turístico.

2 O autor propõe, ainda, duas abordagens, em articulação, no que toca ao turismo cultural, entendendo-o como processo e como produto. O primeiro, proveniente da Antropologia e da Sociologia, remete para os códigos de conduta de um grupo social, enquanto o segundo, oriundo da crítica literária, entende a cultura como resultado de uma atividade individual ou de grupo, com determinados significados a que os museus, os monumentos, bibliotecas e arquivos dão expressão (Richards, 2003).

3 Segundo Bidaki e Hosseini, na era pós-moderna, onde escasseia a metanarrativa, a preservação e divulgação dos equipamentos culturais, como conservadores da memória, contribuem para o resgate e preservação da história das comunidades em crise de identidade (2014: 2).

4 As principais cidades europeias como Paris, Veneza, Londres, Roma e Nova York nos EUA, com reconhecido património cultural, possuem tradição oitocentista no que diz respeito ao interesse público pelos túmulos de figuras literárias, como recorda Bidaki e Hosseini, (2014: 3).

5 "Edutourism" é definido pelo *Travel Industry Diccionary* como 1. Recreational travel undertaken solely or partially for the purpose of study, self-improvement or intellectual stimulation. 2. Travel to attend schools, universities, or other educational opportunities. Also called *intellectual tourism*". http://www.travel-industry-dictionary.com/edutourism.html [consultado a 10.09.2019]

O exílio em Espanha do monárquico António Sardinha, implicado nas incursões da Monarquia do Norte, em 1919, terá reflexos na sua criação literária (*Na Corte da Saudade*, 1922) e na redefinição do programa doutrinário integralista, com o projeto de uma aliança peninsular. Contrariamente a outros emigrantes políticos, a sua condição de exilado rapidamente se transforma numa oportunidade, convertendo-se em turista intelectual e literário, na medida em que o mentor do Integralismo Lusitano parte à descoberta de Espanha, tornando-se consciente da missão histórica dos dois países ibéricos e do tesouro inestimável que representa o património comum. Sardinha percorre Ávila em busca de reminiscências de Santa Teresa ou San Juan de la Cruz e procura as marcas artísticas de El Greco, em Toledo, e as esculturas do portuense Manuel Pereyra, em Madrid. Em simultâneo, o teorizador do hispanismo enceta com intelectuais e políticos espanhóis e latino-americanos amizade estreita e passa a ser considerado uma referência como poeta, historiador, divulgador da literatura portuguesa e como mentor contrarrevolucionário do então disperso e a-doutrinário grupo da direita espanhola (Relvas, 2016; Gutiérrez Sánchez, M. e Jiménez Núñez, 2004)[6].

Por seu lado, com vista à divulgação do pensamento filosófico português e à afirmação da jovem República portuguesa, o pensador e Ministro da Instrução Leonardo Coimbra desloca-se à Galiza, em 1921, e a Madrid, em 1922 e 1924, em missão cultural e política. Leonardo aproveita essas viagens para a realização de turismo cultural e intelectual, visita o Museu do Prado e instituições pedagógicas diversas como a Residencia de Estudiantes[7] (Relvas, 2010) e estabelece com a *intelligentsia* espanhola um frutífero diálogo sobre a ciência, o pensamento, as artes e as literaturas peninsulares. De igual modo, fruto dos contactos estabelecidos, muitos são os cientistas, escritores e professores universitários espanhóis que visitam Portugal, proferem conferências nas principais universidades do país e tomam contacto com a cultura, a literatura e o património histórico, exercendo turismo intelectual, como é o caso do Marquês de Quintanar e de Ramiro de Maeztu que, devidamente instruídos por António Sardinha, se deslocam a Portugal para longas e proveitosas estadias e leituras dos autores portugueses de referência (Relvas, 1998).

6 O seu labor na divulgação de Portugal em Espanha estimulou as viagens da elite espanhola ao nosso país. Ramiro de Maeztu, a escritora peruana Angelica Palma ou o Marquês de Quintanar integram esse grupo de intelectuais que, movidos pelo desafio de Sardinha, se rendem aos encantos do povo, da paisagem e da cultura portuguesas. Segundo testemunho de Marquês de Quintanar, Ramiro de Maeztu, na sua conferência intitulada "Portugal y su lirismo", proferida no Ateneo de Madrid, em 1922, revela conhecer com alguma profundidade a literatura portuguesa e confessa que a sua vida espiritual teria sido diferente se tivesse conhecido Portugal mais cedo. Segundo o Marquês de Quintanar, que assistiu à conferencia de Ramiro de Maeztu em Madrid, o autor de *La Crisis del Humanismo*, afirmaria que "Ningún país de los que ha recorrido, le deslumbró como Portugal cuya impresión solo puede comparar a la que le dejan las lecturas juveniles acerca del Oriente" [...] Que, en Portugal, están los líricos más grandes del mundo actual, y que, si esto lo supiesen todos los líricos en potencia de los demás países, Portugal seria para ellos su Benarés y su Meca y su Atenas...", Carta nº 44 do Marquês de Quintanar a António Sardinha (Relvas, 1998: 41-42).

7 Declarado, em 2007, património europeu, a RE tem já uma tradição secular de acolher intelectuais, professores e artistas que até hoje se deslocam a Madrid para atividades académicas diversas, do ensino à investigação. Einstein seria um dos seus hóspedes mais ilustres na década de vinte.

3. António Ferro e Marquês de Quintanar: agentes culturais e impulsionadores do turismo luso-espanhol

A vitalidade das relações políticas luso-espanholas desta época favorece a criação de tratados económicos e iniciativas culturais com vista à promoção turística de Portugal e de Espanha[8], organizadas por António Ferro e o Marquês de Quintanar enquanto dirigentes do Secretariado de Propaganda Nacional (1933) e do Patronato Nacional del Turismo Español (1928), respetivamente. É no seguimento dessas políticas que António Ferro convida cerca de trinta intelectuais destacados no plano internacional, como Miguel de Unamuno, Pirandello, Gabriela Mistral, Maurice Maeterlink e Ramiro de Maeztu a visitar Portugal, tendo por objetivo "iluminar" o mundo sobre "o caso Português" e dar início a um processo de renovação moral denominada de "política do espírito" (Rodrigues, 2010: 437). O Marquês Quintanar, fundador, em 1922, da Sociedad de Amigos de Portugal, acompanhará o grupo e fará notar, no prefácio à 2ª edição espanhola de *A Aliança Peninsular* de António Sardinha, a importância das origens históricas de Portugal. Impressiona-o o trabalho de propaganda do SPN, com a célebre frase "Portugal não é um país pequeno" e não dispensa elogios ao labor do "periodista hispanófilo" António Ferro em prol de uma aproximação luso-espanhola (Sardinha, 1972: XXXII-XLII). Essa campanha de aproximação será fomentada pelo "lusófilo espanhol", enquanto delegado especial das relações com Portugal, e por António Ferro através do intercâmbio de ensaios publicados en *La Nación* e no *Diário de Noticias*, entre 1929 e 1936, em prol do mútuo conhecimento[9].

Dotado de uma cultura cosmopolita, António Ferro cedo se envolveu na dinâmica cultural portuguesa, destacando-se como diretor e publicista de revistas culturais que o levaram a uma aproximação à intelectualidade e membros do governo espanhóis. São conhecidas as suas entrevistas a Primo de Rivera, Miguel de Unamuno, Ortega y Gasset e outros proeminentes intelectuais e políticos espanhóis, que viriam a ser editadas, em 1933, no volume *Prefácio da República Espanhola*. Do mesmo modo, a sua intensa correspondência com o Marquês de Quintanar, Giménez Caballero, Fernández Florez, Carmen de Burgos ou Eugenio D'Ors, confirmam o alcance e profundidade dos contactos estabelecidos, muitos deles, como

8 Salientamos o aperfeiçoamento do tráfego ferroviário português, espanhol e francês, a criação de uma linha telefónica de Málaga a Lisboa, em 1928; o intercâmbio da intelectualidade portuguesa e espanhola, a construção da Casa de España em Lisboa, para acolher a sede do Consulado e do Patronato del Turismo y Cámara de Comercio espanhol, em 1928, ou a celebração em Madrid da Exposição do Livro Português, em outubro de 1928. Sucedem-se as visitas dos chefes de Estado, com a deslocação de Carmona a Espanha em 1929 (Maeztu, 1972: LX-LXI).

9 Em carta de 22.2.1929, Quintanar agradece a Ferro a notícia editada no *Diário de Notícias*, dando conta da sua viagem a Portugal e na missiva de 4.2.1934, o intelectual espanhol envia a Ferro o ensaio sobre Salazar a ser editado no mesmo periódico português. No ano seguinte, Quintanar confidencia a Ferro que o *Diário de Notícias* edita artigos de "tom imperialista" que dificulta o trabalho de aproximação luso-espanhola (carta datada de 1935)

é o caso do Marquês de Quintanar, converteram-se rapidamente numa duradoura amizade e afinidade doutrinária. Como agentes culturais, Ferro e Quintanar, eles próprios tantas vezes turistas "culturalmente inspirados" (Bywater, 1993), autênticos *literary pilgrims* (Herbert, 2001:313) recetivos ao conhecimento e protagonistas de uma rede de sociabilidade ibérica, lideram a política cultural dos seus países, ao serviço da propaganda e afirmação dos regimes políticos vigentes. A eles se deve, entre muitas iniciativas, a criação das Pousadas de Portugal (1941) e dos Paradores de España (1928).

4. O Turismo cultural, literário e intelectual no plano ibérico, hoje: investigação e equipamentos

A transição para o sistema democrático, praticamente sincrónica em Portugal e Espanha, impulsionou a aposta nos mediadores culturais, como detentores e difusores de informação. Assim, os museus, centros de interpretação, bibliotecas e arquivos, são hoje sistemas de informação, espaços de cultura partilhada, que tomam como missão a reconstrução de narrativas do passado, reescrevendo a história e tornando-a acessível a um público cada vez mais instruído, exigente e curioso.

O turismo cultural ibérico, que se pretende democratizar e estender a novos públicos, até recentemente do domínio das elites, encontra-se já dotado de um marketing eficaz que promove os seus "recursos" e se afirma cada vez mais com a criação de redes e parcerias, sobretudo, de operadores locais e regionais para a realização de eventos que visem divulgar o património tangível e intangível comum. Partindo desta compreensão de um património comum à escala ibérica, organizou-se, em 2005, o I Encontro Ibérico de Profissionais de Turismo Cultural a cargo do Progestur, e que visou, além da partilha de experiências e da análise de estudos de caso, a projeção da Rede Ibérica de Profissionais de Turismo Cultural com expansão à América Latina.

No âmbito da investigação, realizada nos últimos anos, destaca-se o projeto de pós-doutoramento "Redes de Cooperação Cultural Transnacionais: Portugal europeu, lusófono e ibero-americano", liderado por Belén Elisa Díaz, da Universidad Rey Juan Carlos e Manuel Gama da Universidade do Minho, tendo apresentado, em Madrid, em abril de 2016, conclusões relativas ao tema em apreço e à revitalização do património e turismo criativo. Quanto a projetos de cooperação em curso, maioritariamente a nível regional, nomeamos o "Caminho Português: Conservação e Valorização do Caminho Português de Santiago" (2016), num trabalho conjunto entre os municípios portugueses e galegos. Recorde-se, de igual modo, o pioneirismo do programa "Caminhos de Santiago", reconhecido, em 1987, pelo Conselho da Europa como o primeiro itinerário cultural europeu, dado o seu valor histórico-cultural, e relevância como dinamizador do intercâmbio e do desenvolvimento dos povos ibéricos.

No que respeita às casas-museu, unidades museológicas dedicadas ao legado de uma figura pública, seja político, cientista, escritor ou artista, conservam, regra geral, a biblioteca, o arquivo e peças de mobiliário pessoal que constitui o património do autor e da obra que produziu. Destacam-se, a este nível, dois projetos. A APCM - Associação Portuguesa de Casas Museu, fundada em 2012, e que conta com 10 casas-museu associadas[10], e o portal "Escritores a Norte. Vidas com obra em Casas d'Escritas", criado em 2015. Este projeto inovador, a cargo da Direção Regional de Cultura do Norte, pretende juntar em rede as casas-museu e fundações de escritores do Norte de Portugal, com a missão de salvaguardar a memória de Camilo Castelo Branco, Eça de Queirós, Ferreira de Castro, Guerra Junqueiro ou Aquilino Ribeiro[11], assinalando os roteiros, as notas biográficas e as obras mais emblemáticas dos referidos escritores, para além de temas diversos da cultura portuguesa que lhe estão associados. No que toca à rede ibérica, destaca-se o relevante papel da ACAMFE – Asociación de Casas Museo y Fundaciones de Escritores que reuniu, até agora, um conjunto muito significativo de espólios de escritores espanhóis, permanecendo o apartado dedicado a Portugal inalterável nos últimos anos, com apenas 3 fundações[12], sendo revelador de que há, ainda, muito a fazer no que diz respeito à cooperação Ibérica neste âmbito.

Segundo Luísa Alvim, num estudo realizado há dez anos (2009), de certa forma ainda atual, urge uma disponibilização mais alargada de catálogos bibliográficos e, no que respeita às bibliotecas virtuais, muitas delas não possuem direção autónoma, estando dependentes das instituições que as tutelam. A autora assinala, de igual modo, a escassez do número de documentos digitalizados e de oferta dos conteúdos numa segunda língua. Apesar de dotadas, em alguns casos, de Centros de investigação agrega-

10 Casa dos Patudos-Museu de Alpiarça, Casa Museu Abel Salazar, Casa Museu Bissaya Barreto, Casa Museu Eça de Queiroz, Casa Museu Egas Moniz, Casa Museu Fernando Namora, Casa Museu João de Deus, Casa Museu Medeiros e Almeida, Casa Museu Passos Canavarro, Museu Júlio Dinis. http://www.apcm.pt/casas-museu/

11 Estão referenciados os seguintes equipamentos culturais: "Casa das Quintans, em Mesão Frio, residência dos escritores Domingos Monteiro, Pina de Morais, Graça Pina de Morais e Lisa Pina de Morais; Casa de Camilo Castelo Branco, em São Miguel de Seide; Casa Museu Ferreira de Castro, em Ossela; Casa Museu Guerra Junqueiro e Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e Luís Pinto Mesquita Carvalho, no Porto; Casa de José Régio, em Vila do Conde; Casa de Miguel Torga e Espaço Miguel Torga, em São Martinho de Anta; Fundação Aquilino Ribeiro, com a Casa de Aquilino, em Soutosa; Fundação Cupertino de Miranda, detentora do acervo pessoal de Mário de Cesariny e Fundação Eça de Queiroz, com a Casa de Tormes, eternizada por Eça em *A Cidade e as Serras*". http://escritoresanorte.pt/pagina.aspx?id=1 [consultado a 10.09.2019].

12 Fundação Aquilino Ribeiro, Fundação Cupertino de Miranda e Fundação Eça de Queiroz. https://www.museosdeescritores.com/

dos, escasseiam os meios e os recursos humanos para a investigação e consequente produção científica sobre os espólios que custodiam (Alvim, 2009: 48). Tem havido, apesar de tudo, um crescente investimento nesta área, quer por parte de instituições governamentais e particulares, quer por parte de investigadores com projetos a solo ou em equipa, com vista à integração em rede dos recursos supra-citados. Destaca-se, neste sentido, o trabalho exemplar realizado pela Casa-Museu Ferreira de Castro, tanto no que toca à disponibilização da informação, como no que respeita à produção científica sobre a vida e obra do escritor.

No que concerne às bibliotecas, destaca-se o papel da Biblioteca Nacional na guarda, tratamento e disponibilização dos acervos de escritores, cabendo de igual modo, às bibliotecas universitárias e às câmaras municipais não só a custódia deste importante património, mas também a sua divulgação pelas redes e indústrias de cultura.

Por fim, referimos o projeto Rede Ibérica e Ibero-Americana de Casas-Museu, Fundações e Arquivos de Escritores e Artistas (2017), por nós criada, que inventaria os espólios de escritores e artistas portugueses, espanhóis, brasileiros e dos países hispânicos. Destinada à comunidade de investigadores, em particular, e público em geral, este sítio Web pretende reunir o maior número possível de referências, promovendo a investigação dedicada às elites intelectuais que, ao longo dos séculos XIX e XX, fomentaram redes ibéricas e transatlânticas de conhecimento alargadas aos espaço lusófono e hispânico.

Conclusão

A ação cultural de António Sardinha e de Leonardo Coimbra em Espanha, a par das medidas tomadas por António Ferro e Marquês de Quintanar em prol da sua preservação e divulgação contribuíram, de diferentes modos, para o desenvolvimento do turismo moderno. Hoje, o turismo cultural ibérico, nas suas vertentes literário e/ ou intelectual, como segmento de mercado partilhado, atinge um grau de desenvolvimento ímpar na história dos dois países peninsulares, procurando consolidar-se e expandir-se em rede, tanto no que respeita à criação de políticas comuns, à divulgação dos seus equipamentos culturais: casas-museu, bibliotecas e arquivos como à valorização da identidade cultural e criação de metanarrativas (centros de interpretação) que acedam a públicos cada vez mais alargados e heterogéneos. Há, seguramente, ainda, um longo caminho a percorrer, que esperamos seja cada vez mais seguro, em prol do desenvolvimento sustentado dos dois países ibéricos.

Bibliografia

Alvim, Luísa. “Los sitios web de las Casas Museo y Fundaciones de escritores ibéricas”, 39-53. In *Actas XI Jornadas Españolas de Documentación*, Fesabid, 2009.

Bidaki, Alimohammad Zare e Hosseini, Sayyed Hassan. “Literary Tourism as a Modern Approach for Development of Tourism in Tajikistan”. *Tourism&Hospitality*, (2014), 3, 120.doi: 2167-0269.1000120. [Acesso 2.09.2019]. https://www.omicsgroup.org/journals/literary-tourism-as-a-modern-approach-for-development-of-tourism-in-tajikistan-2167-0269.1000120.pdf

Bywater, M..“The market for cultural tourism in Europe”. In *Travel and Tourism Analyst*, no.6, (1993), 30-46.

Correspondência do Marquês de Quintanar dirigida a António Ferro. Fundação António Quadros. PT-FAQ-AFC 01-001-0363-00001 – 000027. (Cartas consultadas de 1929-1935).

Gonçalves, Alexandra Rodrigues. “Museus, Turismo e Território: como podem os equipamentos culturais tornar-se importantes atracções turísticas regionais?“, 1-34. *In Congresso Internacional Turismo da Região de Leiria e Oeste*, 22-23 nov., Peniche, 2007.

Gutiérrez Sánchez, M. and Jiménez Núñez, F.. “La recepción del Integralismo Lusitano en el mundo intelectual español”, 303-32. In *Elites e Poder. A Crise do Sistema Liberal em Portugal e Espanha (1918-1931)*. Ed. Manuel Baiôa. Lisboa, Colibri - CIDEHUS-EU, 2004.

Herbert, D. “Literary places, tourism and the heritage experience”. *Annals of Tourism Research*, vol. 28, 2, (2001), 312-339.

Machado, Á.M. and Pageaux, D. H..*Da Literatura Comparada à Teoria da Literatura*. Lisboa: Edições 70, 1988.

Marujo, N.. “O estudo académico do Turismo cultural”. *Turydes. Revista Turismo y Desarrollo local*, vol. 8, nº18, (2015), junio-julio.

Mendes, M.C.G. *Na senda estética e poética dos itinerários turísticos e literários: o Vale do Lima*. Tese de mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2007.

Moura, J. M.. *Lire l’Exotisme*. Paris: Dunod, 1992.

Nagy, K..“Heritage tourism, thematic routes and possibilities for innovation”. *Club of Economics in Miskole* TMP, vol.8, nº1, (2012), 46-53.

Pérez Isasi, S and Fernandes, A.. *Looking at Iberia. A Comparative European Perspective*.

Peter Lang, 2013.

Relvas, S.R. *António Sardinha e suas relações culturais com Espanha*. Tese de mestrado. Lisboa: FCSH Universidade Nova de Lisboa, 1998.

Relvas, S.R. *O Pensamento de Leonardo Coimbra: afinidades e convergências no espaço ibérico e ibero-americano*. Tese de Doutoramento. Lisboa: FCSH Universidade Nova de Lisboa, 2010.

Relvas, S. R.. "O Pan-Hispanismo de António Sardinha: génese, receção e influência da sua obra", 256-269. *IberianInterconnections. ACIS Conference Proceedings*. (Eds.) Susana Rocha Relvas, Maria Gómez Bedoya e Rikki Morgan-Tamosunas. Porto: Universidade Católica Editora, 2016.

Richards, G.. "What is cultural tourism?". In Van Maaren, A. ed.*ErfgoedvoorToerisme*. Nationaal Contact Monumenten, 2003.

Richards, G..*Cultural Tourism in Europe*. Cab. International Wallingford UK, 1996. Online version, ATLAS, Association for Tourism and Leisure Education, 2005.

Richards, G; Marques, L. "The Dimensions of Art in Place Narrative". *Tourism Planning&Development*, vol.11, Iss.1, (2014), 1-12.

Rodrigues, A. P.. "Portugal, España y la Historia del Estado Novo. Las relaciones Ibéricas y los medios de comunicación salazaristas en los años treinta", 437-462. *Outros Combates pela História*. Ed. Maria Manuela Tavares Ribeiro. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010.

Sardinha, António. *A Aliança Peninsular. Antecedentes e Possibilidades.* Lisboa: QP, 1972.

Silva, E. "Património e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural". *Antropológicas*, nº4, (2000), 217-224.

Unamuno, M. *Por Terras de Portugal e de Espanha*. Trad. e Nota de José Bento. Lisboa: Assírio & Alvim, 1989.

Percursos eletrónicos

ACAMFE – Asociación de Casas-Museo y Fundaciones de Escritores https://www.museosdeescritores.com/ [consultado 10-09-2019]

APCM – Associação Portuguesa de Casas Museu. http://www.apcm.pt/a-associacao/ [consultado 11-09-2019]

"Caminho Português: Conservação e Valorização do Caminho Português de Santiago" (2016) https://www.cm-pontedelima.pt/pages/941?news_id=2306 [consultado 9-09-2019]

"Escritores a Norte. Vidas com obra em Casas d'Escritas". http://escritoresanorte.pt/ [consultado 10-09-2019]

I Encontro Ibérico de Profissionais de Turismo Cultural (Guimarães), https://www.guimaraesdigital.com/index.php/informacao/cultura/8452-30545 [consultado 9-09-2019]

Rede Ibérica e Ibero-Americana de Casas-Museu, Fundações e Arquivos de Escritores e Artistas https://intellectualselitesandhistoryofideas.wordpress.com/ [consultado 10-09-2019]

"Redes de Cooperação Cultural Transnacional: Portugal europeu, lusófono e ibero-americano". Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (CECS-UM), Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela (FCC-USC) e Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). http://polobs.pt/projeto/projeto-3/ [consultado 9-09-2019]

Travel Industry Diccionary http://www.travel-industry-dictionary.com/intellectual-tourism.html [consultado 10-09-2019].

Nota Biográfica

Susana Rocha Relvas é doutorada em Literatura Comparada pela FCSH da Universidade Nova de Lisboa e Professora Adjunta Convidada da ESEV e ESTGV do Instituto Politécnico de Viseu. É investigadora auxiliar do CEFi e do NEO – Núcleo de Estudos Orteguianos, UCP, membro colaborador do CiTUR e Comunications officer e membro executivo da ACIS – Association for Contemporary Iberian Studies.

Linhas de investigação: estudos culturais dos espaços lusófono e hispânico, em especial, o Turismo Cultural, arquivos de família e movimentos intelectuais. Destaque para o estudo interdisciplinar da literatura com outras áreas do saber - história, pedagogia e filosofia. Autores estudados: António Sardinha, Leonardo Coimbra, Teixeira de Pascoaes, António Nobre, Ramón del Valle-Inclán, Ortega y Gasset, Miguel de Unamuno, Carlos Sabat Ercasty, António Cândido, entre outros. Co-editou *Iberian Interconnections. ACIS conference Proceedings*. Porto: UCP (2016) e é autora do projeto Rede Ibérica e Ibero-Americana de Casas-Museu, Fundações e Arquivos de Escritores e Artistas. https://ipv.academia.edu/susanarocharelvas

TURISMO E CULTURA CIENTÍFICA

Turismo, educação, criatividade e cultura: O papel da Mobilidade académica

Anabela Figueiredo Machado Monteiro

Resumo

Este artigo tem como base o estudo das motivações que levam os estudantes a realizar/escolher uma viagem de Erasmus (*incoming e outgoing*) focando-se na segmentação de mercado entre fatores e *clusters*. O turismo do século XXI lança um desafio até aqui pouco entendido e desconsiderado, com atributos de consumo segmentado, optativo, mediatizado, individualista, transitório, de expectativa e desdiferenciado. O pós-turismo quebra as formas tradicionais do turismo moderno, uma atividade direcionada para sujeitos que se deslocavam para usufruir de determinados bens culturais ou sociais. O turismo do pós-modernismo vem libertar esta conceção de balizamento, evidenciando-se sobretudo na renovação constante do individuo e da sociedade. Neste novo prisma, erguer-se o turismo criativo, uma ótica inovadora, o turista não é um consumidor, mas torna-se num ator dinâmico que experimenta participando. O participante de mobilidade académica será um consumidor distinto do turismo criativo, sendo que passará mais de três meses num local, este jovem procurará a sua assimilação na localidade, esta que será a sua residência nos próximos meses, numa fase anterior irá avaliar locais que equilibram este sentimento de pertence e motivação de enriquecimento cultural.

Palavras-Chave: Cultura, Educação, Mobilidade, Motivos, Turismo

Abstract

This article is based on the study of the motivations that lead students to make / choose an Erasmus (incoming and outgoing) trip, focusing on market segmentation between factors and clusters. Tourism of the 21st century launches a challenge hitherto somewhat misunderstood and inconsiderate, with attributes of segmented, optional, mediated, individualistic, transient, expectation and undifferentiated consumption. Post-tourism breaks down the traditional forms of modern tourism, an activity directed to people who traveled to enjoy certain cultural or social goods. The tourism of postmodernism has liberated this conception of beaconing, evidenced mainly in the constant renewal of the individual and of society. In this new prism, the rise of creative tourism, an innovative approach, the tourist is not a consumer, but becomes a dynamic actor who experiences participating. The participant of academic mobility will be a distinct consumer of creative tourism, and will spend more than three months in a place so this young adult will seek his assimilation in the locality, which will be his residence, in an earlier stage he will evaluate places that will balance this sense of belonging and motivation for cultural enrichment.

Keywords: Culture, Education, Mobility, Motives, Tourism

Introdução

A investigação dos motivos e fatores de decisão que estimulam a realização de uma mobilidade académica europeia e, por outro, a identificação dos padrões e tendências que aproximam a mobilidade académica do turismo educacional e cultural.

Para obtenção dos dados foram realizados inquéritos aplicados de forma direta em formato *online*, em inglês e português. Foram realizados 880 inquéritos a 463 estudantes portugueses (*outgoing*) e 417 estudantes estrangeiros (*incoming*), que praticaram uma mobilidade académica inserida no programa Erasmus durante os anos letivos 2009/2010 (2º semestre) e 2010/2011 (1º semestre). Os dados dos inquéritos foram, numa primeira etapa, submetido a uma análise estatística descritiva. Numa segunda etapa foi efectuada uma análise estatística inferencial com o teste *T Student* (SPSS 19), instrumento que permitiu averiguar se existiam diferenças significativas entre as amostras e assim obtendo resposta às hipóteses colocadas. A estatística comparativa facultou dados que identificaram características semelhantes e diferentes entre grupos (*incoming/outgoing*), de género e relação entre motivos académicos e motivos turísticos. Para identificar padrões de comportamentos, selecionámos efetuar uma análise de *clusters*.

A decisão é tomada mediante um motivo principal, mas inspirado por uma corporação de outros fatores motivadores e decisivos. Na análise de *clusters*, obtivemos três grupos distintos: um primeiro grupo engloba todos os inquiridos que distinguem-se pelas atividades ligadas à cultura; um segundo grupo, onde preponderam os alunos estrangeiros, que realizam uma mobilidade académica em Portugal, procuram ter novas experiências particularmente a nível pessoal e por fim um terceiro grupo, integrando maioritariamente por alunos portugueses que realizam uma mobilidade académica na Europa, buscam um desenvolvimento a nível cultural e académico.

A conclusão deste estudo permite identificar que os motivos e fatores de decisão se relacionam, sobretudo, com o segmento do turismo cultural e uma ligação estreita com o turismo criativo.

Turismo, educação, criatividade e cultura

O turismo da era contemporânea estimula todas as conceções conservadoras, características até ao momento, como referida por Brent Ritchie no seu livro – Managing Educational Tourism – "Tourist are now more than ever travelling further in search of a new and unusual experiences" (2003).

Os turistas iniciam a viagem por escolha ou, pelo menos, assim pensam. Eles partem porque é necessário uma mudança, quebra com a rotina do quotidiano, a casa é aborrecida ou insuficientemente atrativa, excessivamente habitual e contendo poucas inovações, subsiste a necessidade de renovação. Estes turistas modernos esperam descobrir noutro lugar uma aventura mais estimulante e sensações mais fortes do que a rotineira vida do dia-a-dia que nunca seria capaz de facultar, algo que elimine a rotina diária. A decisão de deixar o lar com a intenção de explorar terras desconhecidas é evidentemente a mais fácil de tomar pela confortadora consciência que é só por uma temporada. Esta perspetiva definida por Aulian Poon e Brent Ritchie remete-nos para a necessidade de se pesquisar com mais pormenor os fatores de atração e repulsão - *Push and Pull* e a teoria das motivações para poder compreender e contextualizar as resoluções que o turista toma.

Todas as decisões na vida dependem de influências internas (seio familiar, religião, cultura, etc.) e externas (mass média, oportunidades, estímulos, etc.). Estas unicidades não podem ser desagregadas, porque a consequência e o resultado de ambos irá se refletir na motivação. Compreender as motivações orientar-nos para identificar e clarificar quais as razões que transportam para a realização de um programa educacional de mobilidade.

O artigo de Kannankutty e Burrelli "Why did they come to the United States?" (2007) mostra que as decisões são conquistadas conforme diversos fatores. Os fatores representados variam desde o social, cultural e económico, tais como: demográficos, idade, nível escolar, ocupação, oportunidades, conhecimento, cultura ou "estreitamente ligada à determinação do (s) objectivo (s) da viagem" (Henriques C., 2003), entre outros.

> *"Os tipos de turismo definem-se pelos motivos da viagem e pelas características dos destinos, resultando de factores psicológicos, culturais ou profissionais intrínsecos ao indivíduo, que levam a uma crescente heterogeneidade ao nível da procura turística, potenciando novos tipos de turismo em diferentes contextos" (Sousa & Simões, 2010, p. 140) [sic]*

O turismo citado da era pós-modernismo (Mike Featherstone) é um turismo de expectativas, cada indivíduo busca saciar a necessidade interior estruturada com a externa. Tal como Urry e Sheller referem, este novo turismo "involve complex combinations of movement and stillness, realities and fantasies, play and work" (2004). Tendo em ponderação a perspetiva egocêntrica, isto é o novo turista é um turista com vontade narcisista, egocêntrico que quer além de tudo a sua carência satisfeita e sentir-se em harmonia consigo próprio.

Na palestra de 1993 Alvin Toffler alude para uma mutação drástica no método produtivo, vindo ao encontro do que se redigiu precedentemente e que pode ser justaposta na área do turismo. A transformação ocorreu na passagem entre a segunda e terceira vaga da globalização, a produção em massa toma um rumo oposto, a produção é "desmassificada, para o lote de produção pequeno (até de um), para a adaptação do produto ao que o consumidor deseja (ao invés do que acontece na civilização industrial, em que se tenta adaptar o desejo do consumidor ao padrão que está sendo produzido) ". Quem lidera a produção é o individuo, e influência a procura e a oferta, um agente definidor e proactivo.

A experiência completa seja ela por 3 horas, 12 horas ou 24 horas poderá ser uma componente que distinguirá a decisão do turista na seleção do seu destino final. O turismo moderno tem associado a si a procura de uma componente adicional que complete o seu lado intelectual, aventureiro, empresarial, radical, ocioso, de prazer, de curiosidade, desportistas, rural, social, a busca da distinção entre muitos outros elementos. Esta componente adicional é sugerida por João Martins Vieira "são emoções proporcionadas pela vivência das características dos recursos turísticos que permitem definir os vários tipos de turismo e não o produto gerado". (2007) O turismo de educação e cultural coligam todos esses elementos, a prática de turismo puro e a prática de atividades estimuladoras para o cérebro (Gidson, 1998).

Nos tempos modernos o turismo está ao alcance de quase todas as classes. A oferta é diferenciada podendo-se escolher quando, como e onde passar as férias. A abertura das fronteiras, do comércio, de mercados de concorrência faculta a escolha diversificada e como tal viabiliza a oscilação dos preços, de procura e de oferta. O indivíduo tem um leque de opções, sendo que o turismo de educação e cultural são âmbitos que compreendem as várias temáticas do novo turismo e podendo ser um segmento a explorar mais meticulosamente pelos profissionais das áreas. O novo

protótipo do turismo é sobretudo a necessidade de flexibilidade, segmentação e facultar atividades genuínas e ímpares.

O Turismo da era do Pós-modernismo

> *"O sentimento pós-moderno é essencialmente anti-fundamentos e tenta destruir todos os fundamentos objectivos passados, sem quase nunca colocar nada no seu lugar. Surgem então novos conceitos que deverão nortear as sociedades ditas pós-modernas: como por exemplo as noções de multiplicidade, de fragmentação, de des-referencialização, de entropia e de desconstrução." (Caires, 2011, p. 3) [sic]*

O turismo do século XXI remete para um desafio até aqui um pouco subentendido e subvalorizado, com características de consumo segmentado, optativo, mediatizado, individualista, transitório, de expectativa, desdiferenciado isto porque "a lógica do efémero começa a organizar a lógica do consumo" (Appadurai, 2004). O pós-turismo rompe com o formato tradicional do turismo moderno, uma atividade especialmente direcionada para indivíduos que se deslocavam para terem acesso a determinados bens culturais ou sociais, que só poderiam ser alcançados mediante a realização de uma mobilidade geográfica. O turismo do pós-modernismo vem libertar esta conceção de balizamento de mobilidade porque "o acesso aos bens culturais, serviços e produtos de outras culturas pode não depender mais da mobilidade física dos sujeitos" (Fortuna & Ferreira, 1996, p. 5). Por outro lado a ética do trabalho modifica igualmente o conceito de lazer, passa a existir "tempo de trabalho" e "tempo de não trabalho" e o trabalho deixa de ser o epicentro da existência humana, como referido por Dumazedier há uma "nova necessidade social do indivíduo a dispor de si para si mesmo" (1979, p. 57). O turismo pós-moderno focaliza-se nomeadamente na renovação constante do indivíduo e da sociedade, numa economia de experiência.

O pós-modernismo está associado a uma fração de consumo de massa, a uma "espectacularização dos valores, transformação do compromisso ético em divertimento" (Lipovetsky, 2004, p. 156). Os mass media têm o poder para mediatizar, são um elemento essencial de sociabilização, orientam a moral e a consciência conduzindo-a por uma estrada anteriormente selecionada constituída de produtos e objetivos pré-definidos por agentes externos com influência política e económica. Os cenários estão a ser crescentemente subjugados pela produção global e pelas empresas de distribuição, que oferecem imagens comuns por todo o mundo, porque cada um é um possível objeto.

> *"It is the most significant component of a new cultural economy value and exchange in which visual images are given extraordinary mobility and exchangeability" (Urry, 2000, p. 86).*

Adjacentemente, existe uma liberdade delimitada nos diferentes meios de comunicação, devido a uma seleção arbitrária daquilo que pretendem que seja levado para cena. Os médias dispõem do público, tudo é projetado para atingir objetivos materiais que justifiquem a era do capitalismo, tornando o público numa " Civilização do Objecto". Jean Baudrillard, neste termo, compartilha as conceções de globalização, nas suas várias áreas económicas, políticas e culturais, na noção de "Cosmopolitismo" e do "Relativismo Cultural". O novo capitalismo é uma resistência da cultura cultivada, onde impera a indústria cultural e não uma indústria criativa. Esta esfera global não deveria ditar limites, deveria libertar, potencializar as faculdades humanas revelando um progresso harmonioso, especialmente, de uma liberdade sem coação. Esta liberdade mascarada é interpretada e condicionada pela indústria da cultura. Podemos sintetizar a opinião de alguns autores na seguinte frase: "já não consumimos coisas, mas somente signos" (Baudrilard, 1968).

O pós-modernismo carrega consigo o multicultural, o transcultural e o pluralismo, colocando a fasquia das relações sociais num tabuleiro oscilante. O diálogo é primordial para uma integração gradual destas novas conjunturas. A globalização e o seu impacte na esfera cultural possibilitam uma democratização cultural, uma larga difusão universal, em os produtos e símbolos são uma abertura para todos. A influência da imagem está cada vez mais presente, pois existe uma miscigenação, hibridação e mestiçagem da cultura voltada para o consumo através da imagem. Anteriormente a mensagem difundida era seccionada para um público pré-selecionado, com a abertura das fronteiras da informação e da comunicação a mensagem é difundida para atingir quem a procura ou encontra. A impossibilidade de uma identidade e de uma moral individual é estabelecida, logo existe uma exigência nos comportamentos. Um exemplo desta influência é o uso da linguagem sem fronteiras, o valor semântico da palavra e da sua vertente poética é totalmente transformado em *slogans* publicitários, a formosura semântica do vocábulo torna-se banalmente aproveitada. A carga emocional que o termo "revolução" representava há alguns anos atrás era de respeito, consideração, orgulho, medo, atualmente é aproveitada para

qualquer ocasião, desde que esta viabilize a rentabilidade do objeto. Esta banalização reduz as capacidades de uma cultura cultivada e consciente do seu valor.

Um exemplo deste contexto ao longo de duas gerações está patente no livro de Richard Sennett - A Corrosão do Carácter (2007), onde é espelhado todo este conflito de gerações do fordismo e do pós-fordismo, o caminho para o "novo capitalismo", uma obra indispensável para se compreender a nova era e a idade das transmutações efémeras. E que nos leva a contextualizar o anteriormente exposto, tudo gira à "volta de signos, jogos de imagem, critérios de mercado" e da desvalorização do trabalho e do próprio indivíduo. Richard Sennett consegue levar-nos a caminhar pela estrada da estruturação histórica entre as duas fases, com uma atitude de grande sapiência e modéstia que nos permite visualizar em simultâneo a transformação do mundo do trabalho, o declínio do carácter de um modo muito natural para um mundo mecanizado, uma viagem ao capitalismo maleável, ao seu desenvolvimento e de uma maneira concisa expõe na obra uma síntese do panorama do mundo do século XXI.

Estes últimos parágrafos contextualizam a ideologia experimentada na era moderna e que nos possibilita assim apreender as razões ou os factos do turismo ser, atualmente, uma área de proficiências multidisciplinares. Vivendo num mundo mecanizado, em que a lógica do mercado é orientada pela imagem, estilos de vida e signos o turismo deveria conservar uma postura versátil. Este é o provável protótipo do turismo, estar vigilante aos indicadores influentes da sociedade para assim manter a sustentabilidade da área. E aqui está um ponto essencial para a empresa turística moderna, ter consciência de que o progresso do pensamento interferiu com os prismas do turismo mais tradicionais. As estruturas dos novos movimentos sociais e das tecnologias encaminham o turismo moderno, um turismo que procura uma ação heterogénea, estremecendo fortemente o turismo homogéneo.

O estudo de caso

O universo do estudo desta investigação são estudantes que efetuaram uma mobilidade de estudos ao abrigo do programa ERASMUS. As hipóteses postas no início da pesquisa foram as seguintes:

- O programa de mobilidade ERASMUS é uma forma de turismo de educação ou de turismo cultural
- Os motivos são fios condutores que ligam o Turismo de Educação e cultural ao programa Erasmus.

Para uma aceção mais escrupulosa para dar resposta às hipóteses colocadas, escolhemos por fazer uma análise de agrupamento, usando para o efeito o algoritmo *TwoStep*[1]. Depois de realizado o output da técnica *Twostep* usamos o teste *Levene's Test for Equality of Variances* de modo a delimitar em que medida cada uma das variáveis usadas no processo de *clustering* contribuem para as diferenças significativas nos clusters obtidos. A análise foi feita com duas subamostras juntas (*outgoing e incoming*), conquanto identificando essa variável também como uma variável independente, ou seja, uma variável do mesmo tipo do género, idade, etc.

A clusterização possibilita analisar os dados obtidos através dos inquéritos averiguando, comparando os resultados entre si auxiliando na estruturação de grupos homogéneos. A análise de *clusters* é um *design* artístico que permite expor grupos nos dados (Kaufman & Rousseeuw, 1990).

A identificação de grupos homogéneos possibilita a deteção de padrões que auxiliarão a reconhecer, discutir semelhanças e dissemelhanças entre grupos. A análise de *cluster* possibilitou identificar 3 grupos com as seguintes características:

Os Clusters no global representam um total de 47,39% no grupo de saída de portugueses e 52,61% de entrada de estrangeiros.

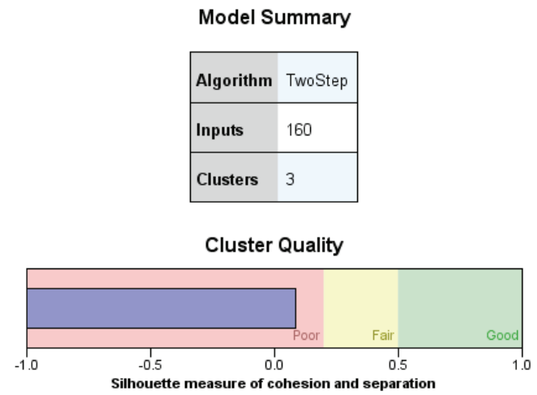


Figura 1. Avaliação da qualidade dos cluster

Ao aplicar o *software* identificamos 3 *Clusters* com as seguintes particularidades:

1º *Cluster*

Número de inquiridos – 353

Incoming – 47, 3%

Outgoing – 32, 1%

Feminino – 46, 1%

Masculino – 29%

2º *Cluster*

Número de inquiridos – 274

Incoming – 1,7%

Outgoing – 63,8%

Feminino – 28,9%

Masculino – 35,2%

3º *Cluster*

Número de inquiridos – 253

Incoming – 51%

Outgoing – 4,1%

Feminino – 24,9%

Masculino – 35,8%



Tabela 1. Cluster 1

O *cluster* 1 é um grupo maioritariamente feminino, tendo particularidades evidentes coerentes sobretudo com motivos culturais e sociais. Este grupo tem como principais indicadores uma estreita acoplagem com a valorização pessoal e cultural. A nível pessoal tem uma ponderação à prática de sociabilidade. A nível cultural a atenção volta-se sobretudo na aquisição de conhecimentos ligados ao país de acolhimento. Em conclusão este grupo representa os participantes do programa Erasmus que desejam valorizar a experiência de um desafio, complementando-o e enriquecendo-o com a formação pessoal. A designação elegida para este grupo é "socioculturais" porque este manifesta um apreço especial pela frequência de atividades sociais e culturais.

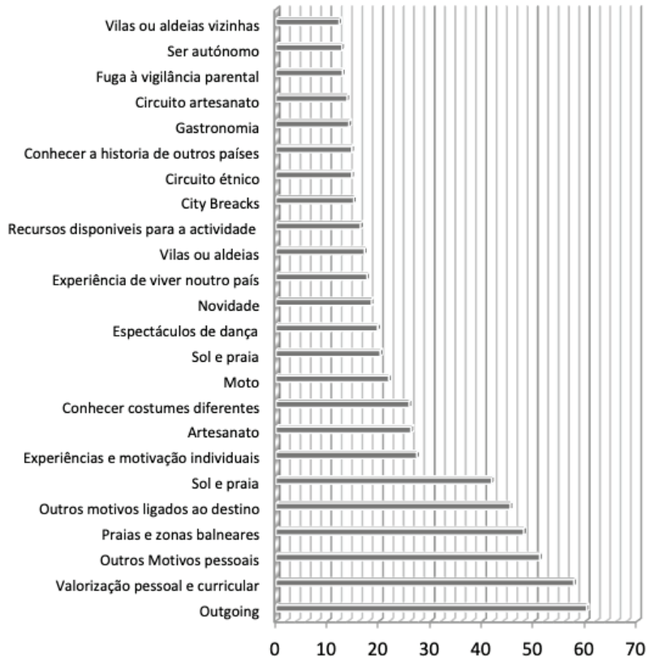


Tabela 2. Cluster 2

Tabela 2. Cluster 2

O *cluster* 2 representa na globalidade os participantes de mobilidade *(Outgoing* – portugueses), principalmente do género masculino. Este grupo tem propensão para uma busca de aquisição de conhecimentos ligados aos motivos académicos, sobretudo na valorização do ensino em novas áreas. Por outro lado a importância dada aos motivos pessoais e sociais é um ponto relevante. É um grupo peculiar que decide agregar a aquisição de novos conhecimentos académicos á diversão, conjugando-os com eventos sociais e culturais. Tem uma forte preocupação com a instituição de acolhimento, isto é quais as competências que poderá adquirir e que não encontra na instituição de origem, este aluno não procura uma repetição dos conhecimentos já adquiridos em casa mas sim um aditivo ao seu percurso académico, um conhecimento extra. Por outro lado, é um grupo que busca a diferença em diversos aspetos, sobretudo a diferença entre o seu país e o país de acolhimento e a sua escola e a escola anfitriã. Denominamos este grupo de "Sinérgicos". Como base para esta designação usamos a definição de Humberto Mariotti de sinergia "como uma integração de comportamentos. Sinergia é mutualidade, compartilhamento de mudanças em benefício do todo." (2008)

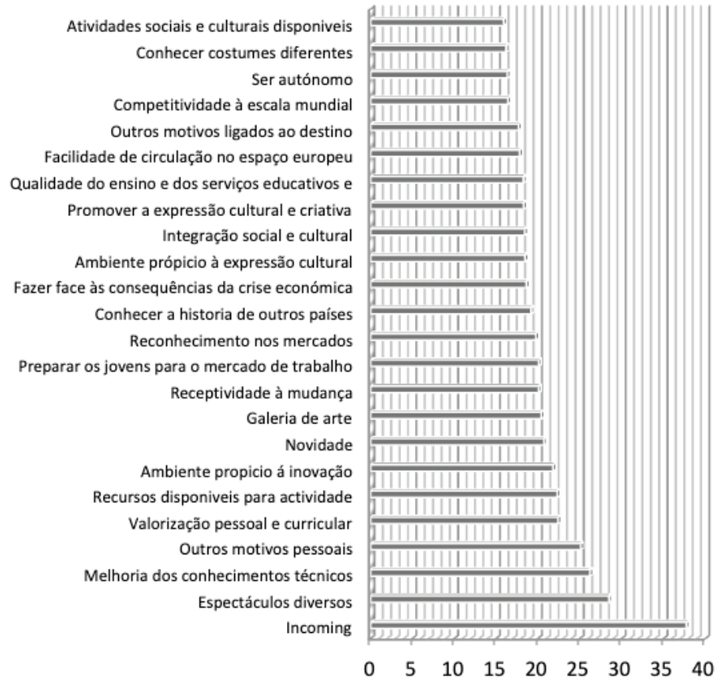


Tabela 3. Cluster 3

Tabela 3. Cluster 3

O *cluster* 3 representa os participantes de mobilidade (*Incoming*- entrada de estrangeiros em mobilidade em Portugal) com uma forte presença do género masculino. Este grupo detém um forte elo com tudo que possa valorizar o indivíduo a nível pessoal, académico e cultural. Desenvolver capacidades em diversos níveis é uma nodosidade para este grupo, tudo o que possa tornar mais completo, heterogéneo para assim se demarcar no mundo profissional. Tem especial cuidado em procurar instituições de acolhimento que tenham recursos apropriados e distintos para o seu percurso académico. Denominá-los "Empreendedores" porque são promotores de um comportamento voltado para a construção de um crescimento pessoal usufruindo de todos os meios.

"Empreendedorismo é o processo de criar algo com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal". (Peters, Hisrich, & Shepher, 2009, p. 30)

As ligações entre os diferentes conjuntos de estudantes

	Grupo dos inqueridos		Grupo de incoming		Grupo de Outgoing	
	Indicador	%	Indicador	%	Indicador	%
Académico	Oportunidades de novos horizontes	89,2	Oportunidades de novos horizontes	85,3	Valorização pessoal e curricular	99
	Currículo, carreira profissional	85	Estabelecer Redes	78,3	Currículo, carreira profissional	94,8
	Valorização pessoal e curricular	81,2	Currículo, carreira profissional	76,3	Oportunidades de novos horizontes	93,5
Culturais	Razões Culturais	91,3	Razões culturais	90,5	Razões culturais	92,1
	Atrações históricas	78,1	Sol e praia	65,4	Atrações históricas	77,7
	Atrações recreativas	61,8	Atrações históricas	59,6	Patrimómio da humanidade	66,6
Destino	Experiência Europeia	84,4	Experiência europeia	90,4	Experiência europeia	79,1
Pessoais	Abertura a novas experiências	96,4	Abertura a novas experiências	93,5	Espírito de aventura	99,5
	Espírito de aventura	91,1	Desenvolver capacidades	83,8	Abertura a novas experiências	99,1
	Desenvolver capacidades	90,7	Espírito de aventura	83,5	Desenvolver capacidades	98,4
Recolha de informação	Através de website	80,6	Através de website	78,6	Através de website	82,7
	Através de gabinete Erasmus	75,2	Através de gabinete Erasmus	72,8	Através de gabinete Erasmus	77,9
	Redes sociais	53,9	Redes sociais	57,7	Redes sociais	49,9
Escolha do destino	Localização	77,1	Localização	73	Localização	81,5
	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	63,3	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	53,3	Recursos disponíveis para a atividade	77,5
	Recursos disponíveis para a atividade	56,9	Preparar os jovens para o mercado de trabalho	43,5	Qualidade do ensino e serviços sociais propostos	74,3
Outros motivos	Experiência de viver noutro país	88,4	Experiência de viver noutro país	81,6	Experiência de viver noutro país	95,9
	Experiência e motivação individuais	82,4	Experiência e motivação individuais	71,9	Experiência e motivação individuais	94
	Conhecer costumes diferentes	78,1	Conhecer os monumentos do país	70,4	Conhecer costumes diferentes	92,6
Ocupação dos tempos livres	Práticas de sociabilidade	92,6	Práticas de sociabilidade	91,3	Práticas de sociabilidade	94,4
	Práticas culturais	87	Práticas culturais	85,5	Práticas culturais	88,5
Atividades de consumo cultural	Atividades de animação, entretenimento, vida nocturna	88,5	Atividades de animação, entretenimento, vida nocturna	90	Patrimônio histórico e arquitetónico, monumento	89,9
	Patrimônio histórico e arquitetónico, monumento	85	Eventos Culturais	85,9	Atividades de animação, entretenimento, vida nocturna	86,9
	Eventos e festividades	83,9	Eventos e festividades	83,6	Eventos e festividades	84,2
Práticas de atividades culturais	Circuito Cultural	81,7	Circuito Cultural	83,8	Circuito histórico	80,3
	Circuito histórico	75,3	Circuito recreativo	71,9	Circuito Cultural	79,4
	Circuito recreativo	68,1	Circuito histórico/City breacks	70,6	Espetáculos diversos	74,3
Transportes	Avião	67,2	Avião/Taxi	64,6	Avião	70
	Taxi	59,2	Carro	51	Taxi	53,2
	Carro	44,9	Metro	41,5	Comboio	44,1
Alojamento	Albergue Juvenil	44	Albergue Juvenil	53,3	Albergue Juvenil	33,6
	Hotel	27,5	Hotel	29,8	Hotel	24,5
	Casas de famílias nos locais visitados	23,4	Casas de famílias nos locais visitados	28,5	Casas de famílias nos locais visitados	18
Local de realização das atividades culturais	Cidade de acolhimento	97,3	Cidade de acolhimento	96,4	Cidade de acolhimento	98,3
	Cidades vizinhas	78,2	Cidades vizinhas	82,3	Cidades vizinhas	73,6
	Capital	66,1	Capital	69,1	Capital	62,8
Frequência de assistência e visita em atividades culturais	Visita a locais históricos	91,6	Visita a locais históricos	87,4	Visita a locais históricos	96,2
	Visita a monumentos	90	Visitas Culturais	86,6	Visita a monumentos	95
	Visitas Culturais	89,7	Visita a monumentos	85,5	Visitas Culturais	93

Tabela 4. Motivos e frequência de atividades durante o período de mobilidade, diferenças entre as 3 amostras. Em verde estão os motivos diferenciadores entre grupos

É interessante verificar que o grupo do conjunto dos inqueridos tem uma agremiação dos motivos dos outros dois grupos (*Incoming/Outgoing*), como é possível verificar na tabela nº 2. A mesma comprova a distinção do grupo de *incoming* relevando ser um grupo que aproveita sobretudo todas as vantagens do país de acolhimento faculta tanto a nível de oportunidades profissionais, de diversão, de clima e posição geográfica. Enquanto o grupo de *Outgoing*, os alunos portugueses, privilegiam sobretudo contato com "sítios de interesse histórico-cultural", fornecendo-lhe um cenário geral da cultura do país de acolhimento que por sua vez lhe faculte um aperfeiçoamento e valorização do seu percurso.

Em geral o jovem que participa no programa Erasmus procura especialmente rentabilizar o tempo ao máximo em proveito da construção de uma personalidade que saiba defrontar as exigências do mundo do século XXI.

Sendo que o turismo de educação é para nós "Tourist activity undertaken by those who are undertaking an overnight vacation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip" (Ritchie, 2003) constamos que o conjunto dos estudantes investigados que efetuou um programa de mobilidade ERASMUS possui características que o identificam como uma forma de Turismo de Educação, os motivos evidentes nas análises e conclusões anteriores são fios transmissores que ligam o programa Erasmus ao Turismo de Educação. Noutro prisma e sendo que o turismo cultural é para nós "é um meio de proporcionar o encontro de culturas que lhe são preexistentes e de estabelecer relações com valores adquiridos. Nesse sentido, o turismo cultural promove e "vende" o acesso a uma cultura preexistente, transformada em produto, isto é, o turismo combina fatores diversos para, diante de um preço, permitir a uma pessoa disfrutar de uma manifestação ou expressão cultural. Estas viagens são motivadas pela herança histórica, artística, científica ou estilo de vida oferecida por uma comunidade" (Cunha L., 1997, p. 170). Todas as noções apresentadas nesta definição refletem a proximidade do turismo cultural ao programa ERASMUS.

O estudante Erasmus, segundo as nossas conclusões, é um sujeito que vê a mobilidade além fronteira com particularidades muito específicas coerentes com os motivos sociais. Esta experiência tem como capacidade principal a valorização interpessoal, quase que conseguimos asseverar que este jovem utiliza o programa para fruir de experiência novas que não possuiria no país de origem. Esta experiência é, por vez, vista como um meio para fugir de casa, do conforto familiar, relacionado a necessidade de crescimento e desenvolvimento intrínseco. Isto é relevado quando na tabela 2 observamos os valores de determinados motivos, que atingem mais de 90% dos inquiridos, por exemplo "Abertura a novas experiencias (96,4%) "; "Espirito de aventura (91,1%) " ou "Razões culturais (91,3%) ".

Enquadramento dos motivos nas teorias da motivação

Apresentamos de seguida tabelas orientadoras relativamente aos motivos inseridos na teoria: *Pull e Push*. Nas tabelas expomos os motivos mais pertinentes para cada variável.

Teoria *pull* e *push*

Motivo	***Pull* - oportunidades sociais e atrações; amenidades naturais e culturais e amenidades físicas e atividades de recreio**				
Académicos	**Género**		**Fonte**		
	Feminino	**Masculino**	***Outgoing***	***Incoming***	**Conjunto total**
	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes	Estabelecer redes
Culturais	Atrações históricas	Atrações históricas	Atrações históricas	Sol e praia	Atrações históricas
Destino	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Experiência Europeia	Custo de vida
Pessoais	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura	Espírito de aventura
Escolha do destino	Localização	Localização	Localização	Localização	Localização
Outros motivos	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país	Experiência de viver noutro país

Tabela 5: Tabela dos motivos – *fator pull*

Motivo	***Push* - novidade; socialização; prestígios/*status* e valor educacional ou enriquecimento intelectual**				
Académicos	**Género**		**Fonte**		
	Feminino	**Masculino**	***Outgoing***	***Incoming***	**Conjunto total**
	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Valorização pessoal e curricular	Oportunidade de novos horizontes profissionais	Oportunidade de novos horizontes profissionais
Culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais	Razões culturais
Destino	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia	Experiencia europeia
Pessoais	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências	Abertura a novas experiências
Escolha do destino	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Recursos disponíveis para a atividade	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos	Qualidade do ensino e dos serviços educativos e sociais propostos
Outros motivos	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais	Experiência e motivação individuais

Tabela 6 : Tabela dos motivos – *fator push*

De acordo com a tabela averiguamos que os grupos se aproximam nos fatores *pull* e *push*, não subsistindo grandes abismos. No grupo dos géneros e no conjunto total não se observam disparidades, são homogéneos, os motivos de atração são idênticos. Tal como referido anteriormente o grupo de *outgoing* procura locais que equilibram um conjunto de práticas que proporcionam diferentes fatores que esta experiência faculte, mas sobretudo pretende crescer academicamente e pessoalmente. No que diz respeito ao *incoming* o que o diferencia dos outros grupos é o clima do país, a sua expêriencia além fronteira pretende ser uma experiência única em todos os aspetos. O *incoming* retira do programa vantagens sejam elas académicas, sociais, pessoais, climatéricas ou geográficas.

Conclusão

Os resultados revelaram que os estudantes de mobilidade poderiam ser agrupados em três grupos - um grupo geral (*incoming*, *outgoing* e geral), um grupo estudante que realiza uma mobilidade acadêmica em Portugal (*incoming*) e um grupo estudantil que sai de Portugal para fazer uma mobilidade acadêmica no exterior (*outgoing*). Os objetivos do primeiro grupo (geral) é especialmente a cultura de consumo. O segundo grupo (*incoming*) busca ter novas experiências em diversos níveis, mas, em particular, a nível pessoal. Por fim, o grupo de estudantes portugueses (*outgoing*) procura o desenvolvimento cultural e acadêmico.

Não existe uma motivação singular para a mobilidade, mas uma aglomeração de razões, que serão um meio para alcançar um objetivo final. Os estudantes estrangeiros pretendem desenvolver as suas habilidades, abrindo novos horizontes e viver um espírito de aventura. Os estudantes portugueses apreciam o desenvolvimento pessoal. Dentro desses grupos ainda se destaca as diferenças entre gêneros. O género feminino tem em consideração indicadores ligados ao desenvolvimento pessoal. O género masculino centralizam a experiência no espírito de aventura e na possibilidade de novas experiências. A identificação desses três *clusters*, contribui para entender melhor as razões pelas quais os alunos tomam a decisão de seguir um programa educacional transfronteiriço e permite às instituições criarem ofertas atrativas para a captação de alunos de programas de mobilidade.

Os resultados gerais demostram que os estudantes do programa Erasmus procuram na sua experiência de mobilidade acadêmica complementar que se contextualize à vertente educacional. A possibilidade de um contato

multidisciplinar (social, cultural, histórico e educacional) é a razão principal para a decisão de realização de um programa de mobilidade. Concluímos, ao conjugar as várias contextualizações sobre turismo e programa ERASMUS apresentadas anteriormente, que qualquer forma de turismo ou forma de mobilidade fora do seu habitat natural tem simultaneamente um caráter educacional e cultural. O que distinguirá o segmento do turismo é o motivo que impulsionou essa mobilidade (Henriques, 2003).

Isso nos permite apresentar o conceito de que a mobilidade do turista por circunstâncias educacionais, sociais, culturais ou similares, é o deslocamento do indivíduo ou grupo de seu local habitual de residência para outro local (regional, nacional ou internacional), para um Período indefinido (mais de 6 horas). Esta definição tem seus antecedentes com base em:

- A mobilidade turística associa com a tomada de decisão um motivo principal, mas não apenas um.
- A decisão é feita de acordo com a principal razão ponderada em um conjunto de fatores de motivação inter-relacionados, levando o indivíduo / grupo a agir / reagir para tomar a decisão de realizar uma mobilidade (Monteiro & Gomes, 2014).
- A decisão é pessoal, mas também é fortemente influenciada pelo ambiente em que o aluno vive. Fatores decisivos sociais, culturais e econômicos (Henriques, 2003) interferem com sua decisão.

O turismo cultural é um meio de integração de culturas pré-existentes, estabelecendo relações com valores adquiridos, o turismo cultural promove e "vende" o acesso a uma cultura pré-existente, transformada em produto, que combinado com um preço, permite que uma sujeito desfrute de atividades de expressão cultural. Essas viagens são motivadas pelo patrimônio histórico ou artístico e científico oferecido pela comunidade hospedeira (Cunha, 1997). Nosso estudo confirma essa faceta, o um programa de mobilidade e do turismo cultural tem ligações intimas, combina vários fatores e está muito presente nas razões destacadas pelos alunos.

Os jovens do século XXI são promotores de uma globalização intercultural, por isso, as instituições de ensino superior, que recebem alunos em programas de mobilidade acadêmica deveriam estar atentos às necessidades essenciais de um estudante pós-moderno. Coutinho e Lisboa (2011) afirmam o papel crucial das instituições educacionais neste processo e sua responsabilidade em preparar seus alunos para enfrentar os desafios de uma sociedade em constante mutação. Neste contexto, existe a possibilidade de encontrar uma forma de atrair novos turistas que buscam uma experiência educacional, um traço distintivo do destino, um magnetismo que permite a decisão. O turismo cultural e educacional pode ser um agente impulsionador para o desenvolvimento regional e uma boa forma de combater a sazonalidade.

A investigação apresentada neste artigo sobre a viagem estudantil Erasmus é de extrema interesse para as instituições de ensino superior portuguesas e para as autoridades de turismo portuguesas. Este nicho de turismo, permite a sinergia e a cooperação entre as várias partes interessadas no turismo educacional, sejam públicas ou privadas, sendo parceiros ideais para o projeto de uma estratégia de destino turístico para este perfil de turistas.

Saber exatamente o tipo de visitante que se pretende atrair facilita a construção de novos mercados turísticos, utilizando o potencial da universidade, da região e do país. Os estudantes de intercâmbio internacional, demarcados por um alto nível educacional e uma permanência de longo prazo, podem contribuir para ampliar a demanda local (García-Rodríguez e Mendoza, 2015).

Apesar dos estudantes do programa Erasmus, ao contrário dos estudantes internacionais, não pagarem a propina da universidade anfitriã, eles contribuem de forma significativa para a economia local através de gastos com acomodação, comida, viagens, lazer, entre outros. Os efeitos económicos no destino turístico podem ser classificados não apenas como diretos, mas também indiretos e induzidos (García-Rodríguez e Mendoza, 2015).

De acordo com Rodríguez et al. (2012), as principais características deste segmento reside no objetivo da estadia, usualmente com maior período de permanência de que o turista convencional. Com padrões de consumo, mais semelhantes ao dos residentes, uma vez que os estudantes estrangeiros tendem a permanecer principalmente em apartamentos compartilhados, dormitórios, famílias, e em habitações organizadas pela faculdade e não em acomodações turísticas. E, finalmente, na alta capacidade de gerar novas visitas, uma vez que a grande maioria desses alunos recebe visitas de familiares e amigos durante a estadia (García-Rodríguez e Mendoza, 2015). É particularmente extraordinário o potencial que este segmento aduz para atrair amigos e parentes durante a sua estadia, quase que poderiam ser considerados embaixadores de Portugal, sem custo adicionais para a divulgação do país e instituição.

O potencial dos turistas acadêmicos, para os destinos turísticos como Portugal poderia ser mais desenvolvido, prosperando os níveis de fidelidade desses turistas e aumentando as hipóteses de repetição. E claro outros potenciais turistas através do "boca-a-boca/*Feedback*". Em relação a este ponto, é preciso definir estratégias de marketing específicas, para se comunicar e que valorizarem os elementos atraentes do destino para esse género de público, precisam ser desenvolvidas assertivamente, tanto de forma direta para os potenciais alunos, bem como de forma induzida para cativar seus parentes. É evidente que as características e expectativas sociodemográficas são diferentes do tradicional segmento de turismo de grande escala.

Nesta linha, é essencial que os responsáveis da instituição educacional de destino e hospedeiro de estudantes de programas de mobilidade desenvolvam estratagemas colaborativas ao definir e comunicar produtos competitivos e direcionados para esse segmento emergente. Também é claro que, embora os elementos do destino sejam mais importantes do que os acadêmicos, tal como provado através do estudo apresentado, a oferta educativa que a instituição oferece deverá ser valorizada e de algum modo deverá também ser feito uma pesquisa rigorosa sobre o que de diferente pode ser importante para cativar estes alunos. Em diferentes etapas do processo de comercialização de produtos, uma estratégia de comunicação integrada pode proporcionar importantes sinergias. Por exemplo, as campanhas de comunicação realizadas por gestores acadêmicos em instituições educacionais podem incorporar elementos do destino e vice-versa.

Em conclusão, o principal contributo desta investigação é estabelecer um ponto de partida para o *design* deste específico turismo. Seria muito proveitoso se os profissionais do turismo e de outras áreas adjacente pensassem no conceito do "*Design Thinking*"[2]. Esta ferramenta utiliza diversos procedimentos para questionar o objeto, relaciona a informação, analisa o conhecimento gerado e apresenta soluções. O centro desta ferramenta é o indivíduo, sendo também o objeto de estudo do turismo. Contudo a sua base conceptual assenta na empatia permitindo combinar e imergir na perceção de fatores e de modelos fundamentais para gerar soluções.

Bibliografia

Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.

Baudrilard, J. (1968). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70

Caires, C. S. (Maio de 2011). "O hiper no modernismo e na ficção". In X. N. (ed.), *Diálogos Ibéricos sobre a Modernidade* (pp. 25-40). Braga: Ed. HUMUS, Universidade do Minho.

Canary Islands. *Revista de Turismo e Patrimonio Cultural*, 13, pp.175 –189.

Coutinho, C. P. & Lisboa, E. (2011). Sociedade da Informação, Conhecimento e Aprendizagem Desafios para a Educação no Século XXI. *Revista de Educação*, Vol. XVIII, nº 1, 2011, pp. 5-22.

Cunha, L. (1997). *Economia e política do turismo*. Portugal: MaCGraw-Hill.

Dumazedier, J. (1979). *Sociologia empírica do lazer.* São Paulo: Perspectiva.

García-Rodriguez, F.J. & Mendoza Jiménez, J., 2015. The role of tourist destination in international students ' choice of academic center : the case of erasmus programme in the

Gidson, H. (1998). *The Educational Tourist. Journal of Physical Education, Recreation and Dance* nº 69, 32-34.

Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura: planeamento e gestão sustentável.* Lisboa: Sílabo.

HISRICH, Robert D.; et al. *Empreendedorismo*. 7ª ed.Porto Alegre: Bookman, 2009 – pag. 30

Kannankutty, N. e. (2007). Why did they come to the United States? A profile of immigrant scientists and engineers. Obtido em 24 de 06 de 2017, de http://www.nsf.gov/statistics/infbrief/nsf07324/nsf07324.pdf.

Kaufman, L., & Rousseeuw, P. (1990). *Finding Groups in Data , An Introduction to Cluster Analysis.* Canadá: Wiley Inter-science.

Lipovetsky, G. (2004). *O Crepúsculo do dever - A Ética Indolor dos Novos Tempos Democráticos* - 4ª edição actualizada. D. Quixote.

Monteiro, A. & Gomes, M. R. (2014). A mobilidade académica europeia e o turismo educativo e cultural: Fatores de decisão e de motivação. *Tourism and Hospitality International Journal,* 2 (1), p. 154-173.

Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies.* Wallingford UK: CAB International.

Richie, B. (2003). *Managing Educational Tourism.* British Library - Cromwell Press.

Rodríguez, X. A.; Martínez-Roget, F.; Pawlowska, E. (2012) Academic tourism demand in Galicia, Spain. *Tourism Management*, 33, p.1583-1590.

Sennet, R. (2007). A Corrosão do carácter - *As consequência pessoais do trabalho no novo capitalismo* - 2ª Edição. Lisboa: Terramar.

Sheller, M., & Urry, J. (2004). Tourism Mobilities - *Places to Play, Places in Play*. London, New York: Routledge.

Sousa, B., & Simões, C. (2010). Comportamento e perfil do consumidor de turismo de nichos. *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol VIII, nº 14, pp. 137-146.

Urry, J. (2000). *Sociology Beyond Societies: Mobilities for Twenty-First Century*. London: International Library of sociology.

Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo - Uma Perspectiva Estratégica*. Verbo.

Nota Biográfica

Anabela Monteiro é doutorada em Turismo, Lazer e Cultura pela Universidade de Coimbra tendo realizado a sua formação inicial em Animação Cultural, na Escola Superior de Arte e Design do Instituto Politécnico de Leiria. É investigadora do Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade - CEPESE.

É autora de vários artigos, realizou diversas conferências relacionadas com a sua tese e também com base no tema, Planeamento e Organização de Eventos. A sua área de interesse e investigação incide nos motivos e fatores de decisão que estimulam uma decisão e gerem indicadores de motivos determinantes na escolha do destino.

PODER, TERRITÓRIO E PROPAGANDA

O "mundo do turismo" em Portugal: atores, políticas e territórios (anos 1900 – anos 1930)

Frédéric Vidal

Resumo

Durante as primeiras décadas do século XX, o setor da atividade turística é ainda emergente em Portugal. No entanto, nessa altura, o turismo já é muitas vezes referido como uma potencial fonte de progresso e de modernização. Um número cada vez mais significativo de indivíduos preocupava-se com os "assuntos turísticos". Até aos anos 1940, foram concretizadas numerosas iniciativas de pequena escala, ligando ações locais de melhoramento do espaço público (ordenamento das ruas, construção de jardins ou de passeios marítimos, etc.) a um potencial desenvolvimento turístico local ou regional. Assistia-se então à emergência de um grupo de atores institucionais e individuais bastante heterogéneos, mas que partilhavam o mesmo objetivo de melhorar as condições do desenvolvimento do turismo em Portugal. É este grupo, designado aqui pela expressão "o mundo do turismo", que é o objeto deste estudo. A partir da análise de um corpus de textos diversificados – série de publicações técnicas ou jornalísticas, atas do primeiro Congresso Nacional de Turismo de 1936 – o presente estudo propõe analisar os contextos sociais e culturais da emergência de uma ação pública em matéria de turismo em Portugal durante as primeiras décadas do século XX.

Palavras-chave: Turismo, ação pública, lugares turísticos, identidades locais, Portugal

Abstract

During the first decades of the 20th century, the tourism sector is still emerging in Portugal. However, at that time, tourism is often referred to as a potential source of progress and modernization. An increasingly significant number of individuals were concerned with tourism issues. Until the 1940s, numerous small-scale initiatives were implemented, linking local actions to the improvement of urban environment and public space (street

planning, construction of gardens or promenades, etc.) to a potential local or regional tourism development. At that time, it's possible to obverse the emergence of a group of very heterogeneous institutional and individual actors, who share the same goal of improving the conditions of tourism development in Portugal. This group, designated here by the expression "the world of tourism", is the object of this study. Based on a corpus of diverse texts - a series of technical or journalistic publications, minutes of the first National Congress of Tourism of 1936 - the present study proposes to analyse the social and cultural contexts of the emergence of a public action on tourism in Portugal during the first decades of the 20th century.

Keywords: Tourism, public policies, tourist places, local identities, Portugal

Na Europa das primeiras décadas do século XX, a promoção e o enquadramento administrativo da "indústria do turismo" gerou numerosas discussões em torno da definição da ação pública e dos seus limites[1]. A popularização do turismo incitou nomeadamente a elaboração de medidas de ordenamento dos lugares mais procurados, no sentido de melhorar os transportes e as condições de acolhimentos dos visitantes. Nesse mesmo período, em Portugal, um número cada vez mais significativo de indivíduos preocupava-se com os "assuntos turísticos". Multiplicam-se as associações e coletividades que se debruçavam sobre esta questão: associações de promoção do turismo, mas também associações económicas ou profissionais. Surgiam os primeiros serviços administrativos, ainda bastante rudimentares e com atribuições mal definidas. Por outro lado, diversas entidades privadas estiveram na origem das primeiras infraestruturas turísticas: hotéis, casinos, mas também linhas de caminho-de-ferro ou estradas. Até aos anos 1940, foram raros os projetos de grande alcanço, mas foram concretizadas numerosas iniciativas de pequena escala, ligando ações locais de melhoramento do espaço público (ordenamento das ruas, construção de jardins ou de passeios marítimos, etc.) a um potencial desenvolvimento turístico local ou regional. Assistia-se então à emergência de um grupo de atores institucionais e individuais bastante heterogéneos, mas que partilhavam o mesmo objetivo de melhorar as condições do desenvolvimento do turismo em Portugal. É este grupo, designado aqui pela expressão "o mundo do turismo", que é o objeto deste texto.

O ponto de partida deste estudo é a hipótese da existência de uma rede pouco estruturada de atores sociais que compõe este "mundo do turismo" em Portugal durante as primeiras quatro décadas do século XX. Na ausência de políticas institucionalizadas, esta rede mais ou menos informal vai ocupar um lugar central na definição da ação pública no domínio do turismo. Esta forma social corresponde bastante bem à imagem da "nebulosa" utilizada por Christian Topalov para descrever o movimento reformador na França do início da Terceira República: "um universo finito mas de contornos imprecisos (...) um conjunto de objetos organizados em sistemas parciais mas arrastados num movimento conjunto" (Topalov, 1999: 13 – tradução minha). As condições práticas de elaboração, partilha e difusão de uma linguagem comum tiveram uma grande relevância no processo de formação desta "nebulosa". Este esforço concretizou-se nomeadamente através do nascimento de publicações especializadas e da organização de congressos.

1 O termo de ação pública" deve ser preferido à expressão "política pública". Dá melhor conta do processo complexo de construção de uma ordem política que põe em ação uma multidão de atores (Guibert, 2012).

Nesta perceptiva, o primeiro Congresso Nacional de Turismo de Janeiro de 1936 deve ser então considerado como o resultado de um processo mais amplo. Ele marca o momento de celebração do "turismo nacional" que, apesar das diferenças de experiência, de interesse ou de origem geográfica dos atores envolvidos, é portador de um mesmo discurso unificador, aqui reivindicado e encenado. Este argumento pode ser ilustrado a partir da análise da emergência da noção de "território turístico".

O quadro administrativo

De uma maneira geral, podemos dizer que, até ao "consulado de António Ferro" (Paulo Pina, 1988), as políticas turísticas são principalmente o facto de atores pouco hierarquizados cujas competências e campos de ação se cruzam frequentemente. As instituições oficiais recebem orçamentos baixos que limitam bastante a sua capacidade de ação e tornam as suas intervenções pouco sistemáticas ou dirigistas (Brito, 2011).

Nessas primeiras décadas do século XX, a Sociedade Propaganda de Portugal e as suas delegações locais constituem o movimento mais influente na sociedade portuguesa. Chega a reunir 16 000 sócios em 1923 (Proença, 1924: 152). O Automóvel Clube de Portugal fundado em 1903 também se vai destacar como um ator importante a partir dos anos 1920.

A parte mais visível dessa ação coletiva consiste principalmente na recolha de informações divulgadas sob a forma de boletins ou de relatórios - Relatório anual da Repartição de Turismo, boletins mensais da Sociedade Propaganda-, distribuídos aos sócios até 1921 (Proença, 1924: 152). Essas publicações têm uma difusão restrita, mas contribuem para impor uma agenda e as bases de uma reflexão coletiva sobre as insuficiências e as ações prioritárias nesta área. Essas discussões vão surgir também numa revista de maior difusão, a *Revista de Turismo*, publicada entre 1916 e 1924, que se apresentava como a "publicação quinzenal de turismo, propaganda, viagens, navegação, arte e literatura". Esta revista vinha na continuidade de uma publicação como a *Gazeta dos Caminhos de Ferro* que desde o final dos anos 1880, dava um grande destaque ao turismo (Ribeiro, 2009). A Revista de Turismo contava com a participação de Magalhães Lima (primeiro presidente do Conselho de Turismo); de Pedro d'Oliveira Pires, Manuel Emygdio da Silva e Manuel Roldan y Pego, da Sociedade Propaganda de Portugal; José de Ataíde, diretor da Repartição do Turismo, para além de algumas figuras da cena literária tal como António Botto, Fialho de Almeida, Gervásio Lobato, Guerra Junqueiro, Júlio Dantes ou Teixeira de Pascoaes.

A criação de uma administração local do turismo nos anos 1920 inscreve-se na continuidade da ação das associações locais que surgem ao longo da década de 1910. O *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal* dava regularmente conta de algumas iniciativas locais mas raramente oferecia uma visão geral do progresso da implantação da Sociedade na província. Na realidade, durante a Primeira República, a influência da Sociedade nas diferentes regiões concentrava-se naturalmente nos lugares com forte potencial turístico (estâncias marítimas, capitais regionais, cidades históricas, etc.).

Em 1924, Raul Proença recenseia no seu *Guia de Portugal* 22 delegações regionais da Sociedade Propaganda de Portugal (Proença, 1924). É interessante olhar com mais atenção para a composição das delegações da Sociedade Propaganda: aí encontramos comerciantes, jornalistas, e professores ou membros das administrações locais. É uma das características destas delegações: juntar personalidades com diferentes funções e oriundas de setores distintos da vida social, dos setores cultural, económico ou politico[2]. Mais de que uma organização estruturada, as delegações locais da Sociedade Propaganda constituíam um enredo descontínuo, com contornos relativamente imprecisos, na maior parte dos casos dependente da boa vontade e do dinamismo de algumas personalidades locais. Todavia, esta nebulosa organizacional permitiu o surgimento de uma rede de atores que vamos reencontrar depois nas administrações locais de turismo.

Apesar de alguns trabalhos recentes, temos ainda uma visão muito parcelar da atividade das Comissões de iniciativa criadas na década de 1920[3]. Em 1914, é elaborado um primeiro projeto que pretendia descentralizar a ação do Conselho de Turismo, o órgão oficial de promoção da atividade turística criado em maio de 1911. Foi finalmente em 1921 que foram instituídas as comissões de iniciativa em todas as "estâncias" de turismo (Lei nº1.152, 23 de abril de 1921). O regulamento dessas comissões, publicado em 1923, classificou um elevado número de localidades turísticas, estabelecendo-se certas categorias: praias, estâncias climatéricas, de altitude, de repouso e estâncias de turismo *stricto sensu*[4] (Decreto n.º 8174, 14 de março de 1923). A composição dessas comissões segue a mesma

2 Ver as numerosas crónicas publicadas no *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal* ao longo dos anos 1910.

3 Ver por exemplo a tese de mestrado de Ricardo Hipólito (2013) sobre as Caldas da Rainha, e o trabalho pioneiro de Sandra Silva (2005) sobre a Covilhã.

4 Lei nº1.152 (23 de abril de 192) e Decreto n.º 8174 (14 de março de 1923).

lógica das outras instituições turísticas instauradas desde os anos 1910, juntando representantes das administrações locais, do setor associativo (um delegado da Sociedade Propaganda de Portugal, de preferência membro da delegação local ou, na sua ausência, um sócio indicado pela direção nacional) e diferentes atores da vida económica local (hoteleiros, proprietários ou comerciantes). Essas comissões conheceram um rápido desenvolvimento entre os últimos anos da República e o início dos anos 1930. Em 1936, estavam em atividade no país 83 comissões [5].

No início dos anos 1930, a questão da relação entre a administração central, as autárquicas e as comissões de iniciativas locais está no centro de um debate bastante aceso (Brito, 2003: 648-652). A questão do financiamento das ações locais é claramente o primeiro ponto de desacordo. Até 1928, as comissões locais tinham um financiamento autónomo com a aplicação de uma taxa a todos os visitantes. Em maio de 1928, um novo decreto retira- lhes essa prerrogativa, passando as comissões a depender das receitas entregues pelo governo e, a partir de 1929, de um controlo orçamental direto por parte da Comissão Nacional de Turismo[6]. Mas a ideia de continuidade entre o nacional e o local impõe-se ainda como o quadro dominante onde se pensa a ação pública em matéria de turismo. Em 1936, o novo Código Administrativo extingue as comissões de iniciativas e integra os órgãos locais de turismo na administração municipal.

Essa decisão marca uma rutura no processo de formação de um turismo "nacional", assinalando o ponto final de uma longa discussão em torno do papel das comissões de iniciativas na formação do que passo a designar de "territórios" turísticos locais. Este debate encontra o seu apogeu durante o Primeiro Congresso de Turismo de 1936.

Do lugar ao território turístico

O balanço do funcionamento das comissões de iniciativa local ocupa uma parte importante dos debates no congresso de 1936. Em poucos anos, a ação dessas comissões delineou novas unidades territoriais. A palavra "território" não é usada nas atas do congresso onde se prefere a expressão mais neutra de "zona", incorporando o vocabulário que iria ser consagrado pelo novo código administrativo aprovado em dezembro de 1936 (Brito, 2003: 600-605).

5 "A Organização do Turismo em Portugal", Tese Apresentada pelo Engº Carlos Manito Torres, Iº Congresso Nacional de Turismo, Lisboa, 1936.

6 Decreto-Lei de nº15 465 (14 de maio de 1928) e Decreto nº17 605 (14 de novembro de 1929).

Podemos assinalar aqui um progressivo deslizamento na conceção da definição espacial da ação local em matéria de turismo. No início dos anos 1920, limita-se a identificar, inventariar e classificar "estâncias" ou seja lugares isolados[7]. A noção de "zona turística" que nasce da ação das comissões pode ser entendida como a criação *in situ*, e pelas práticas, de novos territórios, ou seja de divisões sociais do espaço, com as suas fronteiras, modo de apropriação (administração) e identidade (Mero 1991).

Estas três dimensões das "zonas" turísticas são largamente debatidas nas atas do congresso.

1 - A dificuldade do processo de construção desses "territórios turísticos" manifesta-se particularmente quando se coloca a questão da definição dos seus limites. Onde existem, estas divisões territoriais mantêm ligações estreitas com as outras divisões sociais do território nacional, nomeadamente com as divisões administrativas dos concelhos. Mas há que distinguir dois casos: quando as comissões nasceram diretamente do desenvolvimento turístico de um lugar específico (uma praia: a praia da Rocha) ou quando estas vêm conferir um estatuto particular a uma unidade territorial já existente (nomeadamente os concelhos: Coimbra, Santarém, Covilhã, Vila Real de Santo António, Caldas da Rainha).

As praias são exemplos paradigmáticos do primeiro caso. Várias delas foram reconhecidas como território turístico como, por exemplo, a praia da Rocha, da Granja ou de Quarteira. O decreto de 1923 já tinha inventariado mais de sessenta "estâncias de praias" no país, a maior parte autónoma em relação à cabeça dos respetivos concelhos. O gosto e os hábitos de veraneio dos atores do "mundo do turismo" marcaram o destino de alguns desses lugares. No início da Primeira República, alguns membros da direção nacional da Sociedade Propaganda de Portugal que costumavam passar uma época do ano em Portimão, tiveram um papel bastante ativo na criação da Delegação da Sociedade Propaganda da Praia da Rocha, uma das primeiras do Algarve, tendo permanecido ainda bastante dinâmica na década de 1930[8]. No segundo caso, numerosas comissões são na realidade representantes de um concelho classificado como "estância": tal como, Coimbra, Santarém, Covilhã, Vila Real de Santo António, Caldas da Rainha, etc. Às vezes, mas nem sempre, os limites da área abrangida pelas comissões correspondem aos de um concelho. É, por exemplo, o caso da Comissão de Iniciativa da Covilhã criada em 1929 (Silva, 2005). Noutro

7 A questão da definição dos limites da área em questão é tratada nos regulamentos posteriores (nomeadamente o regulamento do agosto de 1924, publicado no decreto 10: 057).

8 "A Propaganda no Algarve", *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, 11-12, Novembro-Dezembro de 1912, p. 103.

caso – como em Santarém – a comissão intervém em vários concelhos. A relação entre os "territórios turísticos" e as outras divisões do espaço local pode então ser vista como desajustada. Luiz Leitão Cravino, presidente da comissão de iniciativas de Manteigas, propõe por exemplo a criação de uma Federação das Comissões de Iniciativa da Serra da Estrela que juntaria os concelhos que "partilham os seus lugares turísticos" para se "conseguir uma ação harmónica e concertada de todos os povos vizinhos da mencionada Serra"[9]. O emaranhamento das delimitações administrativas é também discutido no caso de Santarém. Zeferino Sarmento da Comissão de Iniciativa local deplora desta vez que os limites da comissão não respeitem a delimitação do concelho: "Santarém possui no seu concelho as quedas de água de Pernes e as nascentes do rio Alviela (Olhos d'Agua), as termas de Alcanhões, o mosteiro de Almoster, a serra e as ruínas do Castelo de Alcanede, locais estes, que poderiam atrair os turistas mas que não fazem parte da zona (...) e as regiões que fora do concelho estão incluídas na zona, poucos atrativos oferecem, porque não os têm."[10]

2 – No que diz respeito ao modo de apropriação desses territórios pelas comissões, a definição dos campos de ação levanta muitas dúvidas. A ambiguidade da relação entre as comissões e o poder municipal estava já presente na lei de 1921 e nos regulamentos posteriores. Mas as comissões mais dinâmicas alargaram bastante os temas e os objetos das suas atividades. Em 1936, vários autores deploram o leque demasiado abrangente dos campos de ação das comissões que acabam por diluir a sua vocação primeira: a valorização turística de um território.

Para Zerafino Sarmento, na maior parte dos casos as "comissões de iniciativas não são mais de que comissões de melhoramento urbano" que substituem as câmaras nas suas tarefas de melhoramento do ordenamento do espaço local[11]. À mesma conclusão chega Carlos Manitto Torres: "canalizar aguas, prover aos esgotos, iluminar, montar a limpeza pública, organizar a vida local, etc. tudo isto e muito mais é 'fazer turismo', ou concorrer para ele, se se está num país desequipado como o nosso. Simplesmente há aqui um equívoco: isso não cabe às Comissões de Iniciativa, mas aos organismos municipais!"[12]. A ambiguidade do papel local das comissões pode ser resolvida de uma maneira radical suprimindo as comissões de iniciativa nos sítios turísticos que são cabeça de concelho tal como propõe Vieira Guimarães, numa comunicação com um título claramente programático[13]. Essa opção teria, no entanto, o inconveniente de confundir ainda mais as duas administrações, transformando as comissões numa forma de delegação do poder autárquico fora da sede de concelho.

Contrariamente às autarquias cuja ação é pensada a partir do local, as ações das comissões enquadram-se no, o que podemos chamar, um "quadro cognitivo" (Muller 2005) relativamente uniforme e que foi sendo elaborado ao longo dos anos através das discussões, dos congressos e encontros informais entre os atores envolvidos. Essas ações têm efeitos concretos ou materiais sobre os territórios.

Já vimos, que elas são geralmente conduzidas numa escala bastante restrita. As limitações orçamentais são apontadas como a principal razão desta falta de ambição. Trata-se de uma justificação objetiva que corresponde obviamente uma boa parte da realidade. Podemos, no entanto, realçar que uma escala de intervenção reduzida é particularmente adaptada ao que, então, o "mundo do turismo" considera ser a missão primeira da ação pública. Trata-se antes de mais de adaptar os espaços do quotidiano ao que é entendido como sendo a sensibilidade e o gosto dos turistas e, principalmente, dos turistas estrangeiros. Ninguém põe em dúvida a beleza e o interesse de numerosas zonas do país, as riquezas históricas de muitas cidades e sítios, ou seja, no fim de contas, ninguém põe em questão o potencial turístico "natural" do país. Mas falta preparação e uma certa convergência com o modo de vida dos visitantes. É a este nível que Portugal apresentava um grande atraso, por isso a ação tinha de ser ao mesmo tempo pormenorizada e sistemática.

3 – É aqui que se coloca finalmente a questão da "identidade" destes territórios. É a única questão que não é claramente debatida pelos oradores do congresso de 1936. Existe, no entanto, uma linha discursiva que é, aliás, bem anterior aos anos 1930. No centro do projeto de desenvolvimento turístico do país, encontra-se a valorização da diversidade das regiões e localidades do país.

O modelo de "turismo urbano" que é na realidade uma emanação da "grande cidade" é olhado com uma grande desconfiança. Na opinião geral dos atores do "mundo do turismo", as localidades turísticas dispersas no território nacional, não se devem contentar em "imitar" as "grandes capitais". A

9 "Federação das Comissões de Iniciativa da Serra da Estrela", Tese Apresentada por Luiz Leitão Cravino, I° Congresso Nacional de Turismo, Lisboa, 1936: 3.

10 "Organização e Ação das Comissões de Iniciativa", Tese apresentada por Zeferino Sarmento, I° Congresso Nacional de Turismo, Lisboa, 1936: 5.

11 "Organização e Ação das Comissões de Iniciativa", Tese apresentada por Zeferino Sarmento, I° Congresso Nacional de Turismo Lisboa, 1936.

12 "A Organização do Turismo em Portugal", Tese Apresentada pelo Eng.° Carlos Manito Torres, I° Congresso Nacional de Turismo, Lisboa, 1936: 13.

13 "Só nos sítios de Turismo, que não sejam cabeças de Concelho, é que devem existir Comissões de Iniciativa, criando-se, no entanto, nas Câmaras, um novo pelouro que trate do Turismo do Concelho ou do restante do Concelho", Tese Apresentada pelo Dr. Vieira Guimarães, I° Congresso Nacional de Turismo, Lisboa, 1936.

diversidade das "identidades" locais deve ser preservada porque constitui o principal fator da riqueza turística do país[14].

Mas, do ponto de vista das ações coletivas conduzidas ou promovidas, é interessante frisar que as comissões de iniciativas locais seguiram modelos relativamente comparáveis, independentemente dos contextos locais ou do valor turístico específico de cada lugar. O principal argumento em favor da criação de instâncias locais de turismo foi precisamente a necessidade de um certo grau de uniformização da ação pública.

No Congresso Hoteleiro de 1916, o Director da Estância Termal das Caldas de Monchique propunha já a criação de "paróquias de turismo" segundo a ideia de que "qualquer estância do turismo, quer seja de cura, quer seja de recreio, necessita imperiosamente de oferecer, no que toca a serviços públicos locais, todos os recursos que hoje só se encontram nas grandes cidades". Acrescentava, para legitimar a criação de órgãos próprios: "tais melhoramentos não se podem esperar dos municípios provincianos que desconhecem aquelas exigências e carecem de pessoal competente para as dirigir, bem como de recursos para as satisfazer"[15].

O modelo discutido e promovido nesses anos pode ser traduzido pela ideia de "urbanização". Por urbanização, entende-se em primeiro lugar a modificação material do ambiente: ordenamento das ruas ou dos largos, construção de esplanadas ou das famosas "pergolas". Deplora-se a falta de preparação da maior parte dos espaços de uso quotidiano: a sujidade das ruas ou das praias, a falta de harmonização dos espaços públicos, a ausência de iluminação à noite, a condição dos hotéis que não correspondem aos critérios de higiene e de conforto dos turistas[16].

Esta aliança de circunstância entre o belo, o funcional e o higiénico não é uma novidade. Já era central na reflexão sobre a cidade e o ordenamento dos espaços urbanos, produzida durante a segunda metade do sécul XIX[17]. O que é novo é a sua difusão fora das grandes cidades (Nahrath and Stock, 2012). Esse processo passa pela elaboração de novas categorias paisagistas, como por exemplo ao longo das "estradas turísticas" que devem ser naturalmente arborizadas e urbanizadas[18].

14 Ver por exemplo a intervenção de José d'Athayde no Congresso Hoteleiro de 1917 onde este lamenta q: " a influência das grandes cidades sobre os pequenos centros [tenha] contribuído pouco a pouco para a desregionalização" (citado por Brito, 2003: 480). Sobre o papel do turismo na transformação da vida urbana, no mundo ocidental, a partir da segunda metade do século XIX ver Cocks (2001).

15 Citado por Brito (2003: 486).

16 Ver a comunicação do Eng. Carlos Manitto Torres, já citada.

17 Ver por exemplo, as propostas de melhoramento de Lisboa redigidas por P. J. Pezerat em 1865 (Pezerat, 1865).

18 "Estradas, Hotéis e Hospedarias. Arborização de Estradas", Tese Apresentada pelo Dr. Domingos Pepulin, I Congresso Nacional de Turismo, 1936. Na sua comunicação Domingos Pepulin chega a confundir as palavras "urbanização" e "arborização". Essa discussão sobre a arborização das estradas arrastava-se desde a segunda metade do século XIX.

A hotelaria encontra-se na primeira linha desse combate que deve também envolver os habitantes dos lugares turísticos segundo uma perspetiva de aprendizagem mútua. Essa ideia é particularmente bem expressa por um dos atores importantes dessa época, José d'Athayde, diretor da Repartição do Turismo a partir de 1911 e autor, em 1939, de um pequeno livro sobre as "Noções de Hotelaria" onde afirma que "o Hotel é, também, de certo modo um educador. Dêle devem partir para a indústria, par ao comércio, para a agricultara, sobretudo para esta, salutares indicações e ensinamentos. Conhecedor das predileções e preferências – da sua clientela deve entender-se com os seus fornecedores para melhorar a apresentação e fabrico dos produtos. O hóspede viajado raras vezes deixa de ser um entendedor" (Athayde, 1939: 35).

Conclusões

Com a afirmação do aparelho administrativo do Estado a partir do final da década de 1930, o debate em torno da autonomia do "mundo do turismo" perdeu em acuidade[19]. O "mundo do turismo" nunca chegou a constituir-se como campo social autónomo, no sentido dado a esse conceito por Pierre Bourdieu.

O que quis ilustrar neste texto, é que antes de uma institucionalização efetiva das "políticas turísticas", houve a difusão de discursos mas também de práticas relativamente coerentes que tiveram um papel decisivo na conceção de uma ação pública em matéria de turismo. Os atores envolvidos pensam os tempos e os espaços do turismo como "territórios" autónomos, sendo essa autonomia vista como a garantia do sucesso da ação pública.

Desde ponto de vista, o turismo é necessariamente portador de transformações sociais, económicos mas também culturais positivas. No seu estudo sobre a história das viagens em comboio de ferro no século XIX, Wolfgang Schivelbusch (1986) já explicava como a organização das relações sociais no tempo das viagens nos compartimentos dos comboios era vista como uma promessa de unidade entre os povos: da aproximação física então possível e procurada, nascia uma ideia de aproximação social. As ações públicas que vão ser elaboradas na fase posterior justificam-se também pela ligação com essa heterotopia.

A tensão entre "pluralidade" e "unificação" das identidades regionais simboliza bastante bem a dialética da ação pública neste domínio. Por um

19 Sobre as condições sociais e os limites da afirmação do Estado neste período, ver a coletânea organizada por Nuno Domingos e Victor Pereira (2010).

lado, estamos confrontados com a emergência de políticas de promoção e de mercantilização das identidades locais (Harp 2001). Mas essas ações tiveram também efeitos nas perceções globais sobre o território local. São claramente modelos específicos que são promovidos, cuja origem social (burguesia) e geográfica (lisboeta) não levantam dúvidas.

As unidades territoriais que nasceram da ação pública contribuem para transformar as relações entre os homens e o espaço, num contexto de mutações culturais e técnicas que incidem tanto sobre as representações do espaço (paisagem, sistemas difusos de ideias e de conceção do mundo) como os seus usos (transformação material e jurídica das práticas espaciais). Esta difusão de modelos espaciais, tanto práticos como discursivos, teve também por objetivo branquear as inevitáveis tensões ou oposições sociais e culturais de longa data inscritas no espaço local.

Bibliografia

AA. VV. 1936. *Actas do Iº Congresso Nacional de Turismo*. Lisboa.

Athayde, José d'. 1939, *Noções de Hotelaria*. Lisboa: Anuário – Of. Graficás.

Beckerson, John. 2002. "Marketing British Tourism. Government Approaches to the Stimulation of a Service Sector, 1880-1950". In *The Marketing of Modern Tourism. The Cultural History of the British Experience, 1600-2000*, edited by Hartmut Berghoff, Barbara Korte, Ralf Schneider and Christophe Harvie, 133-157. New York: Palgrave.

Brito, Sérgio Palma. 2003. *Notas sobre a Evolução do Viajar e a Formação do Turismo*. Lisboa: Medialivros.

Brito, Sérgio Palma. 2011. *Direcção-Geral do Turismo. Contributos para a sua História*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Cocks, Catherine. 2001. *Doing the Town. The rise of urban Tourism in the United States, 1850-1915*. Berkeley: University of California Press.

Domingos, Nuno and Victor Pereira, edited by. 2010. *O Estado Novo em questão*. Lisboa: Edições 70.

Harp, Stephen L. 2001. *Marketing Michelin: Advertising and Cultural Identity in Twentieth-Century France*. Baltimore: John Hopkins University Press.

Hipólito, Ricardo. 2013. "O turismo nas Caldas da Rainha na viragem do século XIX para o século XX". Tese de Mestrado. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Jesus, Pedro Manuel Cerdeira de. 2014. "A Sociedade Propaganda de Portugal : Turismo e Modernidade (1906-1911)". Tese de Mestrado. FCSH – Universidade Nova de Lisboa.

Mero, Guy Di. 1991. "La genèse du territoire local: complexité dialectique et espace-temps". *Annales de Géographie* 100-559: 273-294.

Muller, Pierre. 2005. "Esquisse d'une théorie du changement dans l'action publique. Structures, acteurs et cadres cognitifs". *Revue française de science politique* 55-1: 155-187.

Nahrath, Stéphane and Mathis Stock. 2012. "Urbanité et Tourisme : une relation à repenser". *Espaces et Sociétés* 3-15: 7-14.

Pezerat, P. J. 1865. *Mémoire sur les études d'améliorations et embellissements de Lisbonne*. Lisboa : Imprimerie Franco-Portugaise.

Pina, Paulo. 1988. *Portugal. O turismo no século XX*. Lisboa: Lucidus.

Proença, Raul. 1924. *Guia de Portugal – vol 1*. Lisboa: Oficinas Gráficas da Biblioteca Nacional.

Ribeiro, Elói de Figueiredo. 2009. "A Gazeta dos Caminhos de Ferro e a Promoção do Turismo em Portugal (1888-1940)". *Biblio 3W - Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* XIV-837. http://www.ub.edu/geocrit/b3w-837.htm (acesso 01-04-2013)

Schivelbusch, Wolfgang. 1986 [1977]. *The railway journey: the industrialization of time and space in the 19th century*. Berkeley: University of California Press.

Silva, Sandra Isabel Pinto. 2005. "O turismo na Serra da Estrela: a comissão de iniciativa da Covilhã, 1929-1936". Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro.

Topalov, Christian, edited by. 1999. *Laboratoires du Nouveau Siècle. La nébuleuse réformatrice et ses réseaux en France, 1880-1914*. Paris : Editions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Nota Biográfica

Doutorado em História pela Université Lumière Lyon 2 (França), tem desenvolvido investigações na área da história social e urbana, a história do turismo e das práticas turísticas durante a primeira metade do século XX. É investigador integrado do CRIA e professor convidado do ISCTE-IUL, e membro da direcção da revista Ler História. Publicações: «Urban transformation and diffusion of tourist practices: visiting Alcântara at the turn of the 20th century», *Journal of Tourism and Cultural Change*, vol. 12-2, 2014: 118-132; «Faire la ville et pratiquer des lieux. L'histoire du tourisme sur les pas de Michel de Certeau», *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*, nº23, 2010: 99-115.

Olhar a paisagem há 160 anos: o comboio e o turismo em Portugal

Ana Paula Vieira da Silva e Sousa

Resumo

A construção da rede ferroviária nacional, que inaugura o seu primeiro troço em 1856, veio provocar profundas alterações no conceito de viagem em Portugal bem como o ato de viajar independentemente dos motivos que justificavam essa mesma viagem, permitindo novas possibilidades de viajar, de forma de mais rápida, segura e confortável.

Ao facilitar-se as viagens e as comunicações, surgem as viagens por prazer, com componentes educativas ou/e saúde. Conscientes dessa possibilidade, e aproveitando o crescente interesse pelas mesmas, as empresas ferroviárias desenvolveram um conjunto de ofertas comerciais que visavam o incentivo à viagem. Surgem assim, os guias de viagem, em 1882 iniciou-se a publicação do *Guia Oficial dos Caminhos de Ferro de Portugal* que quinzenalmente, entre outras informações publicava a lista de estações e os preços praticados bem como páginas de publicidade relacionadas com informações de cariz turístico. Para além destes guias, aprovaram tarifas especiais, como por exemplo as aplicadas durante os meses de "*banhos de mar e águas termais*", organizaram viagens em acontecimentos particulares como é o caso das exposições, congressos, feiras, touradas e romarias, "viagens circulatórias" bilhetes de ida e volta com período de validação prolongado, bilhetes para professores e alunos, bilhetes de famílias e as *viagens de recreio*. Estabeleceram acordos com outras redes, nomeadamente a espanhola e francesa promovendo também as viagens turísticas além-fronteiras.

Pretende-se com este trabalho apresentar os principais produtos criados pelas companhias ferroviárias que operaram em Portugal, com especial incidência na CP, visto que a partir de 1947 fica responsável por toda a exploração da rede ferroviária nacional, com a exceção da Linha de Cascais, destacando o papel do comboio no desenvolvimento do turismo.

Palavras-chave Comboio, viagem, lazer, turismo, produtos

Abstract

The national railway network construction, which had its first section opened at 1856, brought deep changes into the concept of travelling in Portugal, as well as the act of travelling regardless of the motivations behind it. New travelling possibilities in a faster, safer and comfortable way were created.

Making travelling easier enabled leisure travelling, motivated by educational and/or health reasons.. Being aware of this reality and taking advantage of it, railway companies developed a collection of commercial deals that incentivized travelling. Moreover, travel guides arose and"The Official Guide of Portugal Railway Network" was published for the first time in 1882. The Guide, amongst other information, fortnightly informed the list of stations and fares and contained tourism-related publicity and information. Railway companies also created special fares such as those during periods of "sea baths and thermal waters" and organized travelling for particular events such as exhibitions, congresses, fairs, bullfighting's and pilgrimages. Railway companies also established round-trip tickets with an extended validation period, as well as tickets for teachers and students, families and leisure trips. Finally, they promoted touristic travelling beyond Portuguese boundaries, by setting up agreements with other railway networks, namely the sapanish and french ones,

The aim of this work is to present the main products created by the railway companies that operated in Portugal. A strong emphasis is given to CP, since it became responsible for the entire portuguese railway network except for Cascais railway since 1947, highlighting the role of train in the development of tourismtract

Keywords Train, travel, leisure, tourism, products

É no século XIX que as viagens têm um desenvolvimento sem precedentes, surgindo um novo modo de viajar e novos motivos que justificam a viagem. Assim, às viagens religiosas, de negócios e marítimas juntam-se agora as viagens de lazer ou turismo. Se em séculos anteriores as viagens eram quase exclusivo da aristocracia, no século XIX alargam-se às restantes camadas da população, que começa a viajar dentro do seu próprio país, com destino às estâncias balneares e termais ou às principais cidades e centros urbanos com interesse patrimonial.

A maior facilidade de viajar esteve diretamente ligada ao desenvolvimento dos transportes, em particular ao caminho-de-ferro e à construção da rede ferroviária que permitiu as ligações entre os variados destinos.

Em Portugal, a construção da rede de caminho-de-ferro inicia-se na década de 50 (1853) do século XIX, com especial enfoque na ligação de Lisboa/Porto, ligação ao porto de Lisboa e à fronteira com Espanha. A inauguração do primeiro troço entre Lisboa e o Carregado em Outubro de 1856, veio alterar de forma significativa a mobilidade das pessoas e trouxe novas possibilidades de viajar, de forma mais rápida, segura e confortável. As possibilidades deste novo modo de transporte ficaram logo visíveis nos primeiros dias de exploração do troço, falamos de uma distância inferior a 50km que no dia dois de Novembro por exemplo transportou, no sentido Lisboa- Carregado no comboio das 7h : 88 passageiros; 8:45 – 200 passageiros; no sentido Carregado-Lisboa : comboio de 2:15: 155 passageiros; 4h: 181 passageiros.

A Companhia Real constrói a Linha do Leste (1863) abrindo-se a primeira ligação internacional ferroviária, e a Linha do Norte até Gaia (1864), chegando ao Porto em 1877, após a construção da ponte Maria Pia.

O crescimento da rede ferroviária veio assim, facilitar as viagens e as comunicações, contribuindo para o aparecimento das viagens por prazer, com componentes educativas ou/e saúde isto é, o passageiro passa a viajante e o viajante em turista, termo vulgarizado a partir de 1909.

Conscientes dessa possibilidade, as diferentes companhias que exploravam linhas férreas em Portugal, delinearam um conjunto de ofertas comerciais que visavam o incentivo à viagem; publicaram guias de viagem, aplicaram tarifas especiais, como por exemplo as aplicadas durante os meses de "*banhos de mar e águas termais*", organizaram viagens em acontecimentos particulares como é o caso das exposições, congressos, feiras,

touradas e romarias, "*viagens circulatórias*"1, bilhetes de ida e volta com período de validação prolongado, bilhetes para professores e alunos, etc.

É na década de oitenta do século XIX, que as companhias ferroviárias começam a emitir produtos específicos a pensar nos passageiros turistas. Este período culmina com a inauguração da estação do Rossio, após a construção das linhas da Beira Alta, Beira Baixa, Oeste, Ramal de Sintra, Ramal de Cascais e a aquisição do Ramal de Coimbra à Companhia da Beira Alta. Após este segundo período de grande intensidade de construção ferroviária, a rede ficou praticamente configurada na sua forma mais ou menos definitiva e como chegou até aos nossos dias. De relevo após este período só as linhas do Sado e mais recentemente as de Leixões e Sines e a travessia do Tejo pela ponte 25 de abril.

Em 1882 com objetivo de facilitar e incentivar as viagens é lançado a *Guia Oficial de caminhos de Ferro de Portugal*, de publicação quinzenal, com várias informações que passavam pela enumeração das estações da rede ferroviária, tarifas cobradas e várias informações publicitárias relacionada com o turismo.

A fundação da *Sociedade Propaganda de Portugal*, da qual eram sócios vários engenheiros ligados ao setor ferroviário, com destaque para Leonildo de Mendonça e Costa, fundador da *Gazeta dos Caminhos de Ferro (Março de 1888) e* autor do *Manual do Viajante em Portugal*, desempenhou um papel fundamental na promoção da industria turística.

A partir de 1894 a maior empresa de caminhos de ferro em Portugal, a Companhia Real dos Caminhos de Ferro Portugueses/CP passa a emitir os "Bilhetes de Família" que permitem preços acessíveis para todo o agregado familiar; 1906 surgem os bilhetes quilométricos, em que o passageiro apenas paga os km percorridos.

A CP coadjuvada pela *Sociedade de Propaganda de Portugal* e , a partir de 1911, pela *Repartição Nacional de Turismo*, passa a acompanhar a estratégia nacional de incentivo às viagens turísticas através do lançamento de tarifas reduzidas, viagens de grupo, períodos de festas e touradas entre outros.

1 Viagens com diferentes itinerários


COMPANHIA REAL DOS CAMINHOS DE FERRO PORTUGUEZES

VIAGENS DE RECREIO
A
LISBOA
GRANDE FESTA DE CARIDADE (kermesse)
Na Real Tapada d'Ajuda
nos dias 26, 27 e 28 d'Abril de 1884
Bilhetes de IDA e VOLTA por preços reduzidos, validos
pelos comboios ordinarios para:

IDA — Nos dias 25 a 28 inclusive.
VOLTA — Nos dias 26 a 29 inclusive.

CONDIÇÕES

Figura 1. Cartaz publicitário CRCFP. 1884. Arq. CP

No início da I Guerra Mundial, os caminhos-de-ferro portugueses tinham percorrido um longo percurso desde a inauguração em 1856, que em muito contribuiu para as alterações radicais ocorridas no País (Gomes 2006). Com o deflagrar do conflito, surgem os aumentos de preços, em especial do carvão com reflexos profundos na exploração ferroviária e nas composições em circulação. Como forma de responder à escassez e aumento do preço do carvão, as companhias ferroviárias passam a utilizar lenha nas fornalhas das locomotivas, com os consequentes problemas na manutenção das máquinas e nas condições de exploração dos comboios, reduziram a oferta, com a diminuição do número de comboios, em especial de passageiros. Neste período os produtos vocacionados para as viagens turísticas sofrem também uma retração.

O embelezamento das estações

Além da política de bilhetes a pensar nas viagens de cariz turístico, as companhias ferroviárias, com particular incidência na CP, assiste-se à preocupação em tornar as estações mais aprazíveis para o viajante, essencialmente ao nível do asseio, da eficiência dos serviços e da simpatia dos empregados.

As estações desempenham um papel fundamental no contacto entre os passageiros/ turistas e os locais a visitar. Estas eram o primeiro contato que os turistas tinham com o destino da sua viagem, Nesse sentido e conscientes desse papel, promoveu-se o embelezamento destes espaços, através do revestimento dos seus edifícios com painéis de azulejos e do ajardina-

mento dos espaços circundantes. O revestimento dos edifícios com azulejos e ajardinamento dos espaços circundantes da estação começaram por responder não ás questões relacionadas com o turismo mas, a problemas de higiene e conservação – as paredes com revestimento azulejar exigiam menos trabalhos de manutenção e os jardins serviram para "esconder" do olhares do público as casas de banhos designadas por "retretes".

A génese das estações floridas encontra-se associada à Linha de Sintra e ao sucesso dos seus jardins junto dos passageiros, em especial dos turistas estrangeiros. Em 1929 o *Boletim da CP, (julho de 1929)* publicava os resultados obtidos nom concurso organizado apenas entre as estações desta linha, tendo a estação das Mercês recebido o 1º prémio, isto é, 800 escudos e uma taça oferta da joelharia W. Sarmento. A estação de Sintra que ficou em 5º lugar, recebeu o prémio de 100 escudos e uma medalha oferecida pela Companhia Italiana de Turismo o que traduz a importância do turismo nesta linha. Ao mesmo tempo que o Boletim divulgava os resultados, incentivava o pessoal que trabalhava noutras linhas da companhia a ter o mesmo cuidado com os jardins das estações, bem como iniciou a publicação de artigos relacionados com jardinagem, dando conselhos sobre o tipo de plantas a cultivar e os cuidados a ter com as mesmas.

O concurso das Estações Floridas foi instituído em 1941, através do SPN – Secretariado da Propaganda Nacional - As "Bases para o Concurso das Estações Floridas": até ao fim do mês de Abril cada Companhia indicava aos serviços de Turismo do Secretariado os nomes das estações inscritas para o Concurso, a CP fazia, durante o mês de Maio, uma eliminatória preliminar entre as estações apurando as três melhores a apresentar no concurso final.

Os prémios pecuniários de 2500$00, 1500$00 e 1000$00 eram atribuídos às três estações com os jardins mais bem arranjados e, às estações cujo arranjo floral merecia uma distinção, eram concedidos diplomas de honra.

O júri era constituído por quatro elementos designados pelo Secretariado: um artista plástico, um engenheiro agrónomo ou técnico horticultor, um representante da Direção Geral dos Caminhos de Ferro e um funcionário dos Serviços de Turismo que presidia, tendo unicamente voto consultivo.

As estações premiadas passaram a ostentar uma placa cerâmica colocada na fachada do edifício de passageiros, virada ao jardim. A placa foi desenhada pelo artista plástico Carlos Botelho (1899-1982) e produzida na fábrica de cerâmica Viúva Lamego.

Nos anos 70 a designação do concurso sofre alterações e passa a designar-se de "estações bem cuidadas" .

O Boletim da CP e a divulgação turística

O Boletim da CP – Órgão da Instrução Profissional e Pessoal da Companhia, publicado pela direção da companhia e um dos primeiros exemplares de comunição empresarial, inicia a sua publicação e julho de 1929, em consequência do sucesso obtido entre os trabalhadores da empresa com a publicação *Boletim de Instrução Profissional da Divisão de Exploração* que se dedicava em exclusivo a matérias dessa divisão. O Boletim CP assumia desde logo, como objetivo alargar o âmbito dos artigos publicados, abordando assuntos abrangentes a toda a companhia como o progresso dos caminhos de ferro nacionais e estrangeiros, bem como artigos de caracter mais genérico como higiene, jardinagem sem esquecer a componente lúdica com os passatempos, "cartoons" e quebra cabeças. Esta publicação, distribuída a todos os profissionais rapidamente ampliou os seu artigos com temas diretamente relacionados com o turismo nacional e além-fronteiras, com títulos como por exemplo: "Conheça a sua terra Natal"; "Lá por fora", "à descoberta da terra pelo Caminhos de ferro ", "excursões ferroviárias ao estrangeiros" " Em viagem" " o dia do Turista 20 abril".

O Boletim da CP contou com a colaboração de profissionais das diferentes áreas da empresa, responsáveis não só pelos artigos publicados, como pelas fotografias, desenhos e as capas além de divulgarem os produtos e as campanhas que a empresa efetuava relacionadas com as viagens de caracter turístico.



Figura 2. Capa do Boletim da CP 1957. Arq. CP

Os difíceis anos 30 e a promoção do turismo

Nos anos trinta do século XIX além das consequências da crise económica, o caminho de ferro começa a sentir o embate da concorrência da estrada, e dificuldades que advém a falta de soluções de interface com a via larga. No entanto, é nesta época que são lançados dois novos produtos que pretenderam dinamizar a vertente turística do caminho-de-ferro.

Nos anos 30, surgem os "comboios mistério" e os " expressos populares". Os primeiros, que tal como o nome indica, os passageiros não sabiam o destino da viajem , com início no 25.07.1932 o comboio partiu de Lisboa Rossio às 9,28 com destino a Viana do Castelo que apenas foi revelado no inicio da viagem. Os *Expressos Populares*, foram lançados em agosto de 1933, com uma viagem a Tomar de ida e volta com um custo de 20$00. Estes dois serviços disponibilizados pela CP, dirigiam-se semanalmente a diferentes pontos do país, considerados com interesse turístico, contribuíram para a divulgação turística nacional através do lançamento de um produto ao alcance de todos. A dinamização destes dois novos serviços, foi da responsabilidade de António Montês, na sua qualidade de Chefe de Turismo e Publicidade dos Caminhos de Ferro Portugueses, entre 1926 e 1963, tendo popularizado o lema "O Comboio Descobriu a Paisagem", o qual significou a expansão do Turismo em Portugal através do Transporte Ferroviário.

A Guerra Civil espanhola e a II Guerra Mundial provocaram um novo período de dificuldades, apesar do crescimento das receitas este não consegue acompanhar o crescimento das despesas, os produtos existentes com característica turísticas vão sendo mantidos com adaptações às dificuldades sentidas na organização de comboios, redução de horários e aumentos de preços para fazer face às dificuldades sentidas com a escassez e aumentos dos preços do combustível.



Figura 3. Expressos populares. 1934. Arq. CP

1940 – Comemorações Centenárias e os produtos CP

Em 1940 o Estado Novo decide celebrar duas datas importantes para o regime e especialmente para o conceito político que se queria ver afirmado: 1140 fundação da nacionalidade e 1640 restauração da independência. Estas comemorações que se pretenderam alargadas a toda a população, foram organizadas um pouco por todo o país, sendo no entanto o mais emblemático a "Exposição do Mundo Português" que apesar de não ter tido o impacto internacional esperado, teve um grande envolvimento por parte do caminho de ferro (Gomes, 1998). Desde logo, a CP participa na exposições com o *pavilhão dos Caminhos de Ferro e Portos*, encomendou novo material circulante nos Estados Unidos, à BUDD Corporation, em aço inoxidável para uma composição especial na Linha do Norte – percurso Porto-Lisboa, o "flecha de Prata" ou o comboio da exposição. Além deste importante investimento na modernização do material circulante, é lançado um conjunto de produtos promocionais que visavam levar os visitantes às comemorações através da aplicação de preços especiais e convidativos à viagem.

Figura 4. Viagens Especiais. 1940. Arq. CP

Nos anos 50, em consequência da lei 2008, a lei da coordenação dos transportes terrestres, assistimos à concentração da rede ferroviária nacional nas mãos da CP, com a exceção da Linha de Cascais que apenas será integrada em 1976. A CP vai desenvolver um vasto programa de modernização e reorganização que implicou a aquisição de novo material circulante, modernização de estações, construção de estradas de acesso e início da eletrificação da rede ferroviária. Nas Oficinas Gráficas da CP continuam a produzir –se cartazes, pequenos panfletos que apelam às viagens e ao turismo…

Interrail

Em 1972 surge o Interrail – nas comemorações dos 50 anos da fundação da UIC a redes ferroviárias dos 21 países que formavam a UIC colocam um bilhete para jovens até aos 21 anos – passe de 2ª classe válido para um mês entre 01.março e 31 de novembro - preço 1940$00. Um dos produtos mais apreciados e utilizados ainda no nosso dias.

São ainda de grande divulgação e aceitação por parte do viajante, na sua maioria o nacional, os produtos lançados que visam as rotas não só de produtos associados á agricultura e á paisagem como são o caso das rotas das cerejeiras, das amendoeuiras com larga tradição no caminho de ferro, como ainda outras mais relacionadas com a gastronomia.

O Comboio histórico do Douro

Nos finais dos anos 90 do século XX a CP, no quadro das políticas comunitárias de incentivo ao desenvolvimento económico decidiu investir na recuperação de parte do material circulante histórico, com destaque para a emblemática locomotiva a vapor 0187. O projeto desenvolveu-se em parceria e concretizou-se na exploração comercial de comboios turísticos, com carruagens históricas rebocadas por locomotiva a vapor, fabricados no primeiro quartel do século XX.

O projeto dos Comboios Turísticos e Históricos do Douro, lançado em 1998, além de criar um produto de qualidade com impacto positivo na imagem da empresa, na visibilidade da região e na contribuição do Douro para o desenvolvimento turístico nacional e internacional do país, veio ao encontro de várias aspirações que há muito defendiam a criação de um produto deste género, aproveitando o património material e paisagístico nacional.

A operacionalização do projeto exigiu o envolvimento de estruturas técnicas ferroviárias, com a revitalização de competências de outros tempos (formação de maquinistas/fogueiros.

Conclusão

O caminho-de-ferro contribui para unir o território nacional, quebrando isolamentos e alterou a forma de viajar em Portugal, tornando a viagem mais rápida, cómoda, segura e acessível a um vasto conjunto de população que até então por vários motivos em particular o económico, não tinham capacidades para viajar. A par das viagens por motivos religiosas, de negócios e marítimas juntam-se agora as viagens de lazer ou turismo. Conscientes dessa realidade as companhias ferroviárias desenvolveram um conjunto de produtos que facilitaram e incentivaram as vagens turísticas ou de lazer, contribuindo assim para o aparecimento do turista e para o incremento do turismo nacional e internacional.

Bibliografia

1. Publicações periódicas

Boletim da CP, vários anos

Gazeta dos Caminhos de Ferro Portugueses, vários anos

Comboios em Linha, Revista de História, Património e Museologia Ferroviária, nº3, maio 2012

2. Outros

Ferreira, Carlos Cardoso e Simões, José Manuel, "Portugal Turistico ao Tempo da I República: Espaços, Lugares e projetos". In: *Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no Tempo da I República.* Lisboa. Centenário da República.1910-2010

Ferreira, Tiago A.M. – *O caminho de ferro na região do Douro e o Turismo*. CP. Lisboa. 1999

Gomes, Gilberto (coord.) 1856-2016 Os caminhos de Ferro Portugueses, Lisboa, 2006

Gomes, Gilberto (coord), *A luz e as Sombras na Gare do Oriente, o Caminho de ferro no final do século XX*, Lisboa, 1998

Matos, Ana Cardoso e outros. *Caminhos de Ferro e Turismo em Portugal (final do século XIX e primeiras décadas do século XX).* V Congresso de História Ferroviária. Palma.2009

Pereira, Hugo, "As viagens Ferroviárias em Portugal (1845-1896)".in: *Cem nº1 – Cultura, Espaço e memória.* Porto,s.d.

Nota Biográfica

Ana Paula Vieira da Silva e Sousa, licenciada em História pela Faculdade de Letras da UL com pós Licenciatura em Estudos do Ramo de Formação Educacional de História. Foi professora do Ensino Básico e

secundário (1991-2006), colaborou em simultâneo com a CP – Comboios de Portugal em atividades e coordenação desenvolvidas na área do arquivo e investigação (1991-2004), em 2004 passou a técnica licenciada na CP Comboios de Portugal E.P.E. – Arquivo Histórico. Investigadora na área dos transportes ferroviários.

PODER TERRITÓRIO E PROPAGANDA

Turismo, império e ideologia: A construção e a promoção da Mauritânia enquanto destino turístico (1920-1960)

Joana Lucas

Resumo

A situação periférica da Mauritânia na cartografia dos interesses imperiais, mas também na cartografia dos circuitos e interesses do turismo colonial, é o mote para este texto, que incidirá sobre a forma como a Mauritânia foi promovida turisticamente no quadro das colónias da África Ocidental Francesa. Aqui se explorará o seu "estatuto periférico", através da forma como o território foi exibido nas Exposições Coloniais realizadas na metrópole, descrições que contribuíram para perpetuar o estatuto marginal do país no âmbito da narrativa colonial ligada ao lazer.

Palavras-chave: Império colonial francês, Mauritânia, Exposições Coloniais, Turismo

Abstract

The peripheral situation of Mauritania in the mapping of imperial interests, but also in the cartography of the circuits and interests of colonial tourism, is the motto for this text, which will focus on how Mauritania was touristically promoted within the framework of the colonies of French West Africa. Here we will explore its "peripheral status", through the forms the territory was displayed at the Colonial Expositions held in the metropolis, accounts that contributed to perpetuate the country's marginal status within the context of the colonial narrative linked to leisure.

Keywords: French Colonial Empire, Mauritania, Colonial Exhibitions, Tourism

1. Quando o mundo inteiro cabia em França: exibição e ostentação de um Império Colonial

A segunda metade do século XIX e a primeira metade do século XX compreendem quase cem anos nos quais as Exposições Universais e Coloniais se afirmaram como espelhos dos Impérios Coloniais, projectando não só as várias faces do 'outro' colonial, sempre em mutação ao longo deste período, mas também a forma como as metrópoles se queriam 'ver' a si próprias e afirmar o seu lugar no mundo[1].

As Exposições Universais e Coloniais foram um entre muitos outros dispositivos que contribuíram para a consolidação de um pensamento orientalista. Fizeram-no através da exibição organizada da alteridade e da diversidade cultural, objectificando as culturas 'exóticas' e tornando-as passíveis de consumo pelo ocidente (Bennet, 1988; Mitchell, 1988, 1998). No entanto, tal como refere Timothy Mitchell, muitas foram as formas encontradas pelos Impérios Coloniais para construir essa mesma imagem de um oriente fascinante na sua alteridade:

> *"The nineteenth-century image of the Orient was constructed not just in Oriental studies, romantic novels, and colonial administrations, but in all the new procedures with which Europeans began to organize the representation of the world, from museums and world exhibitions to architecture, schooling, tourism, the fashion industry and the commodification of everyday life." (Mitchell, 1998:409)*

A segunda metade do século XIX ficará marcada pela realização das primeiras Exposições Universais pensadas a uma escala internacional. Em 1851 realiza-se em Londres a primeira Exposição Universal do século que teve lugar no recém-inaugurado "Cristal Palace" e que recebeu seis milhões de visitantes. A França, eterna concorrente das conquistas imperiais britânicas decide, sob comando de Louis-Napoléon Bonaparte, organizar a primeira Exposição Universal em território francês, que teve lugar em 1855. Depois do sucesso desta é realizada uma exposição internacional em Istambul (General Ottoman Exhibition em 1863), e outra no Egipto (1867) com vista à celebração da inauguração do Canal do Suez (Mitchell, 1988).

Ainda em 1867 é organizada em França a "Exposition Universelle d'Art et d'Industrie"[2], a que se seguem as exposições de 1878 e 1900. Assim, e ao longo de várias décadas (até à década de quarenta do século XX[3]) as Exposições Universais, e mais tarde as Exposições Coloniais, tornaram-se locais privilegiados para a consolidação de uma imagem dos Impérios coloniais junto das metrópoles e das suas populações.

Mas as Exposições Universais, realizadas na metrópole francesa entre 1855 e 1900[4], contribuíram sobretudo para a transformação das percepções de alteridade e exotismo e para uma nova e diferente leitura do 'outro'. De facto, o material narrativo de descrição e 'tradução' do 'outro' presente na literatura de viagens e na literatura de exploração e conquista do território passou neste período a ser insuficiente e manifestamente 'pobre'[5].

Com os projectos coloniais europeus em marcha, e com uma presença cada vez mais sistemática e consolidada das administrações coloniais nos territórios ultramarinos, começam a chegar às mãos dos cidadãos das metrópoles europeias informações mais substanciais sobre as colónias. Se as narrativas de viagem constituíram ampla fonte de inspiração a partir das descrições que continham, contemplando o 'outro', rapidamente estas se esgotaram enquanto contacto único com a alteridade.

No entanto, nas primeiras exposições realizadas em território francês tratava-se sobretudo de justificar perante a nação o investimento (humano, logístico e económico) da metrópole nos territórios coloniais, dando conta das suas riquezas e das suas potencialidades comerciais, ao mesmo tempo que era transmitida uma imagem das populações originárias desses territórios enquanto 'selvagens' e 'primitivas'. Esta estratégia de representação era justificativa da "missão civilizadora" da metrópole nos territórios coloniais com vista à 'domesticação' das populações autóctones.

De facto, o debate sobre até que ponto devia o país investir nos seus territórios coloniais, ou como estes deveriam ser administrados, constituía uma questão política controversa, que adquiria maior expressão em França do que por exemplo no Reino Unido (Benedict, 1991). A suspeição da população francesa em relação à viabilidade colonial só foi superada graças à capacidade do Império em se autopromover, e sobretudo, em tornar inteligível o seu papel nos territórios coloniais para as populações metropolitanas.

1 Este artigo inscreve-se no âmbito do meu Doutoramento em Antropologia (Lucas, 2014), financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia. As pesquisas documentais a que se refere este texto foram realizadas nos Archives Nationales d'Outre-Mer (Aix-en-Provence, França) que tiveram lugar entre Fevereiro e Abril de 2012.

2 É também no fim da década de 1860 que Thomas Cook, que havia impulsionado o sector turístico moderno através da organização de excursões à exposição britânica de 1851 no "Cristal Palace", começa a organizar viagens "[...] to visit not exhibitions of the Orient but the real thing" (Mitchell, 1988:21).

3 Nos anos 1940 são ainda realizadas duas exposições coloniais em território europeu, a "Exposição do Mundo Português" em Lisboa em 1940 (em plena II Guerra Mundial), e a "Foire Coloniale" em Bruxelas em 1948.

4 Foram realizadas Exposições Universais em França nos seguintes anos: 1855, 1867, 1878, 1889 e 1900.

5 Sobre a inovação das Exposições Universais em finais do século XIX, Palcal Blanchard refere-nos: "The great novelty of these moments of scientific excitement, when compared with the eighteenth century and the first half of the nineteenth was that traveler's tales and engravings were no longer enough to satisfy the public." (Blanchard et all, 2008:7).

Para tal, tratava-se por um lado de provar a superioridade da metrópole face aos territórios coloniais, e por outro mostrar como essa superioridade civilizacional poderia ser utilizada com vista à 'domesticação' do 'outro':

> *"Once colonial peoples recognized their inferiority and the French public understood the value of the colonies and their responsibility to these "primitive" races, the organizers of colonial expositions believed they could feel confident that they had begun to attain their goal." (Hale, 2008:20)*

Foi esta a perspectiva que marcou os primeiros anos de realização das Exposições Universais e Coloniais, e que deu igualmente origem à exibição autónoma do 'outro', com maior ou menor contextualização relativamente ao seu lugar de origem. Contudo, nestas exposições, o lugar de origem é facilmente confundível com o 'pavilhão de origem', já que os próprios pavilhões, em alguns casos, condensam várias realidades nacionais raramente:

> *"Colonial exhibitions soon became places of entertainment, where spectators would visit an archetypal zoo in which natives represent the species (the biocenose) and the pavilions represented the habitat (the biotope)." (Boëtsch e Ardagna, 2008:120)*

A lógica que presidia a este tipo de exibições era menos a de considerar as colónias ou os povos colonizados enquanto nações ou populações nacionais, mas considerá-las essencialmente enquanto representantes de uma "raça" ou de um fenótipo específico. Assim, num primeiro período de exibição do Império tratava-se de radicalizar a alteridade e de construir uma representação do 'selvagem' que funcionasse enquanto atractivo do ponto de vista do 'marketing' da exposição.

Desta forma a "raça" constitui-se como elemento primário do reconhecimento da alteridade e enquanto garantia de exotismo, não só no contexto francês mas por toda a Europa e América do Norte. No entanto, as especificidades geográficas do colonialismo francês levaram a que a administração colonial optasse, num primeiro momento, por uma estratégia de exibição e representação dos seus territórios onde estes eram divididos, grosso modo, em três diferentes grupos "raciais": os negros, os mouros, e os indochineses. Esta tentativa tem, no caso africano, e mais concretamente no que diz respeito à Mauritânia, uma das suas contradições mais paradigmáticas, e contribuirá para a invisibilização da Mauritânia no contexto das colónias africanas sob domínio francês.

2. A "Exposition Nationale Coloniale de Marseille" de 1922

A "Exposition Nationale Coloniale de Marseille" decorreu entre Abril e Novembro de 1922 e constituiu à data a mais extensa exibição do Império Colonial Francês. Nesta exposição a ideia de inferioridade racial foi perpetuada, apesar do discurso dos seus organizadores se esforçar por expressar valores republicanos tais como 'fraternidade' e 'igualdade' (Hale, 2008).

Pela primeira vez no discurso oficial da metrópole tratava-se de transmitir e enfatizar a ideia de que as populações coloniais estariam em 'comunhão' com a França, e que esta lhes desejaria expressar gratidão e confiança após a participação activa de tropas coloniais no decorrer da I Guerra Mundial. Ao longo dos oito meses da Exposição Colonial a memória da participação das tropas 'indígenas' ao lado das tropas metropolitanas foi quotidianamente activada através da apresentação de *tirailleurs sénégalais*[6], trajados a rigor com uniformes militares, em permanência à entrada do pavilhão da África Ocidental Francesa[7], ou em performances nos diversos festivais paralelos da exposição.

A brochura dedicada pela "Exposition Nationale Coloniale" de Marselha à Mauritânia[8] apresenta o seu território e as suas populações, que são descritas a partir do seu fenótipo mas também a partir das suas formas de organização social. Ao mesmo tempo, nesta brochura surge pela primeira vez um discurso sobre as possibilidades da prática turística neste território, bem como sobre os seus eventuais atractivos turísticos. (Imagem 1)



Figura 1. Exposition Nationale Coloniale de Marseille (1922) La Mauritanie, Commissariat de l'Afrique Occidentale Française, Imprimerie Coopérative Barrier & Cle, Montauban (BIB AOM B2832). Archives Nationales d'Outre-Mer, Aix-en-Provence. Fotografia de Joana Lucas.

6 Corpo militar pertencente à "Armée Coloniale" francesa, constituído em 1857 e designando o contingente de soldados coloniais negro-africanos, por oposição às unidades da África do Norte intituladas de "tirailleurs algériens".

7 O pavilhão da África Ocidental Francesa incluía os oito países que integravam a federação da A.O.F.: Costa do Marfim, Daomé, Guiné Francesa, Alto-Volta, Senegal, Sudão Francês, Níger e Mauritânia.

8 Exposition Nationale Coloniale de Marseille (1922) La Mauritanie, Commissariat de l'Afrique Occidentale Française, Imprimerie Coopérative Barrier & Cle, Montauban.

Considero que é sobretudo a partir da publicação deste texto que o discurso sobre a *validade* da Mauritânia enquanto destino turístico ficará condicionado durante largos anos. Este texto desguarnece a Mauritânia de qualquer espécie de atractivo turístico para um público europeu, não vislumbrando sequer – para além da caça, como veremos – qualquer mais-valia futura tendo em conta as características geográficas deste território. Não se referindo directamente ao turismo, a brochura arquitecta e constrói para a Mauritânia um *papel* de retaguarda geográfica do Senegal no contexto da África Ocidental Francesa, em relação ao qual o país tardou a construir uma versão autónoma, alternativa ou antagónica:

> *«La Mauritanie est essentiellement une marche avancée destinée à protéger la colonie du Sénégal contre les incursions des pillards du Nord. La pacification du pays, après des périodes difficiles, est aujourd'hui complètement assurée et le Sénégal peut travailler sans crainte de razzias au développement de ses richesses. La nature même du sol et le peu de densité de la population ne permettent pas d'espérer pour la colonie elle-même un avenir économique aussi brillant que celui de la colonie voisine. Mais les inépuisables ressources en poissons de ses côtes peuvent lui donner, quand l'exploitation en sera faite méthodiquement et par des sociétés puissantes, un vigoureux essor et la faire contribuer, dans des proportions intéressantes, au ravitaillement de la métropole.» (Exposition Nationale Coloniale de Marseille, 1922:32)*

As possibilidades ou as perspectivas para o esboço de uma actividade turística em território mauritano centrar-se-iam assim na caça. Partindo das características precárias de acessibilidade ao país, assim como das frágeis condições para a mobilidade interna, o seu texto insiste na caça como o único (eventual) atractivo tendo em vista as apetências de um público europeu, apresentando-a como *a* actividade turística por excelência, exequível em praticamente todas as regiões de um tão vasto território:

> *«La Mauritanie. Le tourisme et la chasse – Les difficultés de déplacement ont jusqu'ici détourné les touristes et les chasseurs de la Mauritanie. Cependant le genre animal est abondamment représenté dans la colonie par les espèces sauvages les plus variées. Outre qu'il est extrêmement poissonneux, le fleuve abrite des caïmans et des tortues d'eau douce ainsi que quelques hippopotames et lamantins. Des nombreuses variétés de canards et d'oies sauvages, de grues, de hérons (dont l'aigrette) y abondent également. Les fourrés du Chemama donnent asile au sanglier phacochère, au lion, au guépard, au chacal, à l'hyène, à des antilopes de grande taille. Dans le Brakna et l'Assaba vivent encore quelques troupeaux de girafes et d'éléphants, le Trarza est l'habitat de l'outarde, de la canepetière et de la gazelle commune, l'oryx se rencontre dans le Tagant et l'Adrar et l'autruche, à l'état sauvage, est répandue dans toute la Mauritanie.» (Exposition Nationale Coloniale de Marseille, 1922:39)*

Esta insistência na promoção da caça enquanto principal actividade turística no território da Mauritânia leva-nos a questionar o efectivo conhecimento que os redactores deste material teriam sobre o país[9]. Se é indiscutível que as possibilidades da prática da actividade cinegética eram, à data, reais - vejam-se as fotografias de cenas de caça tiradas por Odette du Puigaudeau em 1934 (abetarda, grou-coroado), ou de origem anónima em 1946 (avestruz)[10] – já é mais difícil admitir a presença das espécies acima descritas num território com as características físicas e geográficas da Mauritânia.

Acredito assim que as formulações enunciadas nesta brochura tenham tido origem numa generalização e homogeneização dos territórios da África Ocidental Francesa, que poderão ter tentado ocultar um desconhecimento efectivo dos mesmos, através da prática de uma *horizontalidade* territorial que não encontraria correspondência nas realidades locais e nacionais. Desta forma os guias turísticos, ao mesmo tempo que transportavam "silêncios ensurdecedores" sobre os países aos quais se referiam (Furlough, 2002), construíam igualmente *fantasias* para consumo de uma metrópole crédula.

3. A "Exposition Coloniale Internationale" de 1931

Em 1931 é realizada em Paris a última exposição internacional onde a palavra "colonial" figura no seu título[11], e aqui debruçar-me-ei exclusivamente sobre a forma como a actividade turística foi apresentada no material editado por ocasião desta exposição. Nesta exposição a África Ocidental Francesa foi apresentada e exibida, uma vez mais, como um todo aparentemente coerente – num único pavilhão que replicava a "Grande Mosquée de Djenné[12] – apesar de terem sido publicadas brochuras individualiza-

9 Derek Gregory (1999) refere, para o contexto do Egipto colonial, que existia uma distorção entre o discurso que era produzido sobre o país e a realidade efectiva do território: "The Egypt of these imaginative geographies was constructed with little or no reference to those who lived there, and no doubt its assumptions and appropriations provoked both distrust and dissent: but it was none the less a 'real' Egypt too, and its production had real consequences." (Gregory, 1999:145).

10 Disponíveis para consulta em http://anom.archivesnationales.culture.gouv.fr

11 Em 1937 será ainda realizada em Paris a «Exposition Internationale Arts et Techniques dans la Vie Moderne», que não é no entanto apresentada como uma Exposição Colonial.

12 Onde se incluíam as oito colónias da federação: Senegal, Guiné, Costa do Marfim, Daomé, Mauritânia, Sudão Francês, Alto-Volta e Níger.

dasdedicadas a cada um dos oito países sob a égide da África Ocidental Francesa.

Igualmente no âmbito da "Exposition Coloniale Internationale" de 1931 é publicado um texto intitulado "Le Tourisme en Afrique Occidentale Française"[13] no âmbito do qual é esboçado uma espécie de "manual de sobrevivência" essencialmente destinado ao turista europeu. Em três secções intituladas respectivamente: "Disciplina", "Higiene" e "Instrução", o texto tece considerações sobre as populações *indígenas* da África Ocidental Francesa veiculando claramente generalizações e essencialismos diversos.

Após descrever sucintamente as atracções turísticas existentes em cada um dos territórios da A.O.F., em secções individualizadas para cada um dos territórios, conclui que existem dois países para os quais não se justifica uma secção autónoma dedicada ao turismo: a Mauritânia e o Níger. No entender dos autores da brochura nem a Mauritânia nem o Níger possuiriam atractivos turísticos que fossem de encontro às expectativas da população metropolitana, ficando por isso apenas reservados a 'amantes da solidão' ou a etnógrafos profissionais ou amadores:

> *«Les colonies de la Mauritanie et du Niger, enfin, ont dans leur ensemble un aspect désertique et ne peuvent attirer que les seuls amateurs de solitude et ceux qu'intéresse l'étude des mœurs des nomades qui les habitent, les Maures et les Touareg.» (Le Tourisme en Afrique Occidentale Française, 1931:21)*

Igualmente no âmbito da "Exposition Coloniale Internationale" de 1931, e na brochura que é dedicada à Mauritânia[14], é contemplada uma secção dedicada às potencialidades turísticas do país, tal como já havia sido feito para a Exposição de Marselha de 1922. Se na publicação de 1922 a ênfase era posta na caça como única actividade turística possível no país, o texto de 1931 não é tão optimista:

> *«La chasse ne parait donc susceptible de servir de prétexte au tourisme que dans le sud de la Colonie. Mais les ressources cynégétiques n'y sont pas plus abondantes ou variées qu'au Soudan, plus facilement accessible grâce à la voie ferrée du Thiès-Niger et offrant de plus larges possibilités touristiques puisque sur le chemin des grands itinéraires tracés à travers l'Afrique Occidentale Française.» (La Mauritanie, 1931:47) (Figura 2)*

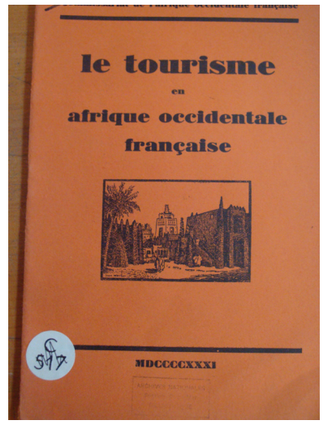


Figura 2. Général de l'Afrique Occidental Française, Société d'Éditions Géographiques, Maritimes et Coloniales, Paris (BIB SOM d//962) Archives Nationales d'Outre-Mer, Aix en Provence. Fotografia de Joana Lucas.

A Mauritânia aparece retratada nesta publicação como um país inseguro[15], desprovido de atractivos turísticos e de difícil acesso quando comparada com outros territórios da África Ocidental Francesa (tais como o Sudão, acima referido). No contexto da A.O.F. a Mauritânia estaria destinada exclusivamente a um papel estratégico-militar e político, mais uma vez destinada a proteger o território do Senegal.[16]

Para além desta 'desclassificação' face à publicação de 1922, o texto de 1931 acrescenta que a Mauritânia não faz parte do imaginário dos turistas, não tendo nenhuma mais-valia a acrescentar às paisagens desérticas que a caracterizam, e como tal faltar-lhe-ia o 'prestígio' de outras regiões:

> *«La Mauritanie, au contraire, qui ne conduit qu'au désert, à l'écart des voies transsahariennes, ne jouit pas dans l'imagination du public du même prestige que certaines régions éloignées comme le Tchad, et n'offre à la curiosité des voyageurs aucune cité indigène dont la réputation nimbée de mystère soit comparable à celle de Tombouctou. Il est donc certain qu'elle restera encore longtemps en dehors du mouvement de grand tourisme dont la naissance est d'ailleurs de date encore récente en Afrique Occidentale Française». (La Mauritanie, 1931:47)*

13 Le Tourisme en Afrique Occidentale Française (1931) Exposition Coloniale Internationale de Paris, Commissariat de l'Afrique Occidentale Française, Imprimerie A. Thoyon-Thèze, Rochefort-sur-Mer.

14 La Mauritanie (1931) Exposition Coloniale Internationale de 1931, Gouvernement Général de l'Afrique Occidental Française, Société d'Éditions Géographiques, Maritimes et Coloniales, Paris.

15 «Ajoutons que la sécurité de ces régions est encore relative. Elles restent exposées, à toute époque de l'année, aux incursions de bandes de pillardes venant de la zone insoumise. Même de la part des populations dites soumises ou ralliées, les attentats sont toujours possibles contre l'Européen qui ne peut se déplacer sans une escorte armée composée de gens sûrs. Encore doit-il tenir en compte que les armes transportées excitent la convoitise des pillards.» (La Mauritanie, 1931:47).

16 «Aujourd'hui, la colonie du Sénégal a oublié ce passé sanglant ; elle vit en pleine et totale sécurité. La Mauritanie monte la garde tout là-bas dans ses sables roux, à plus de six cents kilomètres de sa capitale.» (La Mauritanie, 1931:59).

Ficou vaticinado através destas linhas um futuro pouco radioso para a Mauritânia enquanto destino turístico, algo que só viria a ser contrariado muitos anos mais tarde, quando o seu território desértico deixou de ser considerado uma desvantagem e passou a ser percepcionado como uma mais-valia. A década de 1930 verá o aparecimento de uma intensa produção de guias e brochuras que tentam promover e consolidar o turismo colonial na África Ocidental Francesa como um todo.

4. O turismo enquanto dispositivo Imperial

Aqui analiso o turismo como construção social (Burns, 2004:260), mas também enquanto dispositivo privilegiado dos desígnios imperiais e seu importante veículo de propaganda, análise ao longo da qual presto sobretudo atenção à forma como este se constituiu em mais do que apenas uma vitrina da "missão civilizadora" francesa. Tal como é referido por Colette Zytnicki:

> *«[…] le tourisme s'inscrit parfaitement dans le dispositif impérial: il est considéré comme une vitrine de l'œuvre française, une utile propagande de ses réalisations, la démonstration de sa capacité à sauvegarder et à mettre en valeur les richesses historiques et naturelles du pays, mais également comme un moyen de croissance économique.» (Zytnicki, 2013:113).*

Nesta reflexão parto da premissa da existência e concomitância de distintos *habitus* coloniais (Correa, 2011), mobilizados pelas diferentes potências europeias face aos seus territórios ultramarinos (Cardeira da Silva e Oliveira, 2013), e acredito que o estudo e a percepção das formas como estes mesmos *habitus* foram fundados e postos em marcha pode contribuir para o conhecimento das diferentes práticas imperiais.

Assim, entendo que o estudo do turismo enquanto dispositivo imperial, ou melhor: a promoção turística enquanto instrumento dos desígnios imperiais, se constitui a partir de uma *especificidade* metropolitana que nos poderá dar pistas sobre a forma como os vários impérios coloniais dos séculos XIX e XX se relacionavam com os seus territórios coloniais. Como tal, creio que através do estudo das práticas turísticas coloniais, i.e da sua *mise en scene*, se poderá aferir da *qualidade* e da acuidade das relações entre metrópole e colónias.

Numa primeira leitura há que atentar que no contexto francês o turismo colonial foi frequentemente promovido como um 'dever' que deveria ser cumprido pelos cidadãos nacionais, e entendido como uma forma privilegiada de contacto em primeira mão destes últimos com os "factos" do colonialismo e os benefícios da acção civilizadora, funcionando nesse sentido como um dispositivo caucionador da presença francesa nos territórios ultramarinos, tal como é sistematizado por Ellen Furlough:

> *"Colonial tourism was represented as a duty for French citizens, a vehicle for tourists to educate themselves about the 'facts' of colonialism and the 'good news' of France civilizing mission through firsthand experiences. Evidencing a distinct pedagogical intention, colonial tourism as a leçon was meant to validate and affirm not only the idée colonial but also the colonial project of the French imperial nation-state." (Furlough, 2002:443)*

Como tal, o estudo do turismo em situação colonial, constituindo-se enquanto vasto campo por explorar no contexto das ex-colónias europeias, transforma os territórios coloniais em *pleasure peripheries*, a partir da formulação de Turner e Ash (1976)[17], dotando-os simultaneamente de novos e mais densos significados enquanto territórios em relação (política, administrativa, simbólica) com uma metrópole.

Foi a procura desses significados e da sua densificação, que espoletou o estudo da forma como a Mauritânia foi promovida turisticamente, quer junto da população metropolitana, quer junto dos colonos franceses aí residentes. Para tal foi necessário proceder a uma análise do material de arquivo existente – guias, brochuras, folhetos – que assenta na divulgação e promoção do território mauritano enquanto destino turístico, bem como a uma pesquisa sobre a forma como a Mauritânia foi 'representada' pela França em território metropolitano, algo particularmente bem manifestado nas grandes Exposições Coloniais de 1922 e 1931, às quais nos dedicámos brevemente.

Os vinte e um anos que separam as duas grandes guerras mundiais foram essenciais para o florescimento do turismo nas colónias. Em França as Exposições Coloniais de 1922 e de 1931 revelavam as dimensões humanas da alteridade ao reproduzirem os *habitats* e as práticas culturais dos povos colonizados. A estruturação cada vez mais sofisticada da actividade turística em território metropolitano veio a reflectir-se na tentativa de estruturação da mesma nos territórios coloniais sob administração francesa. A desmultiplicação de algumas organizações centrais no desenvolvimento e na democratização do turismo metropolitano para os territórios coloniais

17 Na proposta de Turner e Ash as "pleasure peripheries" seriam áreas periféricas receptoras de turistas, que resultavam da existência de um centro metropolitano emissor de turistas. O turismo em contexto colonial vem alargar as próprias noções de centro e periferia, transformando neste caso as colónias em periferias de um centro metropolitano imperial.

é disso sintomática: tal como foi o caso do Touring Club de France que passa a promover em 1930 roteiros para alguns territórios coloniais[18], retirando o exclusivo da promoção do turismo nas colónias às organizações governamentais.

Em súmula, considero o território mauritano sob administração francesa como um bom terreno para pensar se, e de que forma as práticas turísticas terão contribuído para a formação de uma identidade imperial francesa, e também de que forma as representações veiculadas sobre o território a partir da metrópole, com vista à sua promoção turística, o dotaram de alguma centralidade no mapa cognitivo colonial.

Considerações finais

Insisti aqui no carácter periférico da Mauritânia enquanto território colonial, no contexto da África Ocidental Francesa, periferização que pôde ser vista, essencialmente e em grande medida, através da promoção turística do território e dos discursos a ela vinculados, que contribuíram para perpetuarem o estatuto marginal do país no contexto e no âmbito da narrativa colonial ligada ao lazer.

Efectivamente, a obsessão *organizadora* e sistematizadora dos impérios coloniais não se revestia da plasticidade necessária para a compreensão de um extenso território que abarcava uma multiplicidade e diversidade étnica e geográfica. Como tal as categorizações que sustentavam os binómios África do Norte *versus* África subsaariana, e 'mouros' *versus* 'negros' acabaram por se impor de forma categórica, cristalizando-se e contribuindo para a construção e para a reificação de fronteiras identitárias. Nestas haverá que atentar à criação de tipificações fenotípicas e também de hierarquias de ordem geográfica: os 'mouros' do norte de África seriam mais 'autênticos' e/ou 'puros' que os 'mouros' miscigenados da Mauritânia, esse *país-fronteira*.

A promoção turística da Mauritânia assentou, num primeiro momento, em dois tipos de discurso distintos: 1) aquele que não lhe atribuía qualquer tipo de atractivo turístico, reservando-lhe um papel de território "tampão" entre as colónias francesas do norte e do sul de África, um imenso espaço dissuasor preenchido por areia; e 2) aquele que lhe atribuía atractivos que não lhe pertenciam, como a possibilidade de caça de espécies 'exóticas' que não deambulavam abundantemente por aquelas latitudes. Ambos pecavam, um por excesso e outro por defeito, por um desconhecimento completo e efectivo do país, que se traduzia pela importação de um discurso que lhe era estranho, e que não lhe servia.

Mais tarde, a Mauritânia seria promovida turisticamente a partir de outro tipo de recursos e características, o turismo *etnográfico* é disso um exemplo, mas o deserto só se viria a constituir enquanto produto turístico central algumas décadas após a independência colonial do país. No entanto, e apesar da periferia turística a que o território também foi relegado durante o período colonial, é notório, através de uma análise do material de arquivo, que a Mauritânia se foi constituindo como uma espécie de nicho cujo êxito era crescente.

Creio que a lente do turismo, através da qual foram analisadas as práticas e os discursos sobre a Mauritânia colonial, se afirmou como um lugar de observação válido para a discussão do estatuto do país no quadro das colónias da África Ocidental Francesa, e contribui para uma nova e diferente perspectiva sobre o território e as suas representações passadas e presentes.

Efectivamente, o predicamento periférico de que a Mauritânia foi alvo, com especial intensidade durante o período colonial, e que foi sobretudo visível através do discurso da promoção turística, mas também através da sua representação nas grandes exposições coloniais metropolitanas, assume-se nesta dissertação como um ponto de partida para a discussão e para a desmontagem dos discursos contemporâneos que insistem em colocar a Mauritânia num limbo identitário. É precisamente a pertença a essa *margem* que tem caracterizado a Mauritânia, outrora como agora, e foi esse processo de *marginalização* que procurei identificar, desenhar e compreender.

18 Touring-Club de France. La Revue du Touring-Club de France, 1930/04. Por ocasião do centenário da ocupação colonial da Argélia a «Revue du Touring-Club de France" dedica a capa a este país, bem como um texto que promove a Argélia enquanto destino turístico: "Un devoir nationale: Connaître l'Algérie!" da autoria de G. Rozet.

Bibliografia

Benedict, Burton. 1991. International Exhibitions and National Identity. *Anthropology Today*, Vol.7, No.3, pp.5-9.

Bennett, Tony. 1988. The Exhibitionary Complex. *New Formations*, Number 4, pp. 73-102

Blanchard, Pascal (et all). 2008. *Human Zoos. Science and Spectacle in the Age of Colonial Empires*. Glasgow: Liverpool University Press.

Boëtsch, Gilles; Ardagna, Yann. 2008. Human Zoos: The 'Savage' and the Anthropologist. In Pascal Blanchard et all (eds.) *Human Zoos. Science and spectacle in the age of colonial empires*, pp.114-122. Glasgow: Liverpool University Press.

Burns, Peter. 2004. Six postcards from Arabia: A visual discourse of colonial travels in the Orient. *Tourist Studies*, Vol. 4 (3), pp.255-275.

Cardeira da Silva, Maria; Oliveira, Sandra. 2013. O primeiro cruzeiro de férias às Colónias. In Maria Cardeira da Silva (org.). *Castelos a Bombordo*. Lisboa: CRIA.

Correa, Sílvio. 2011. Caça e preservação da vida selvagem na África Colonial. *Revista Esboços*, Vol.18, N°25: 164-183.

Furlough, Ellen. 2002. '*Une leçon des choses*: Tourism, Empire, and the Nation in Interwar France. *French Historical Studies*, Vol.25, N°3, pp.441-473.

Gregory, Derek. 1999. Scripting Egypt: Orientalism and the cultures of travel. In James Duncan and Derek Gregory (eds.), *Writes of Passage: Reading Travel Writing*. London and New York: Routledge

Hale, Dana. 2008. *Races on Display. French Representations of Colonized Peoples, 1886-1940*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Lucas, Joana. 2014. *Entre « o céu e a areia » turismo, viagens e expedições. Mapeando discursos e práticas sobre a Mauritânia.* Tese de Doutoramento em Antropologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

Mitchell, Timothy. 1988. *Colonising Egypt*. Berkeley: University of California Press.

Mitchell, Timothy. 1998. Orientalism and the Exhibitionary Order. In Donald Preziosi, *The Art of Art History*, pp. 409-423. Oxford: Oxford University Press.

Turner, Louis; Ash, John. 1976. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. New York: St. Martin's Press.

Zytnicki, Colette. 2013. 'Faire l'Algérie agréable'. Tourisme et colonisation en Algérie des années 1870 à 1962. *Le Mouvement Social*, 2013/1 n°242, pp.97-114.

Nota Biográfica

Joana Lucas é doutorada em Antropologia pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (NOVA FCSH), com a dissertação "Entre "o céu e a areia": turismo, viagens e expedições. Mapeando discursos e práticas sobre a Mauritânia". É licenciada em Antropologia pela FCSH/NOVA (2004) e Mestre em Antropologia: Multiculturalismo e Identidades pelo ISCTE-IUL (2009). É investigadora do Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA) desde 2008.

Foi investigadora de pós-doutoramento na Université Aix-Marseille (LabexMed, MMSH), financiada pela Fundação Gerda Henkel (2015-2016). Actualmente é investigadora de pós-doutoramento da Fundação para a Ciência e Tecnologia.

HISTÓRIAS DE TURISMO EM PORTUGAL

O turismo nas Caldas da Rainha do século XIX para o século XX (1875-1936)

Ricardo Hipólito

Resumo

A segunda metade do século XIX e a primeira metade do século XX assistiram ao desenvolvimento das práticas turísticas em território nacional. As termas foram locais privilegiados para esse desenvolvimento. No panorama termal nacional daquele período, Caldas da Rainha afirmava-se como uma das mais populares e concorridas estâncias, ao mesmo tempo que vivia um período de assinalável progresso.

Fundadas no final do século XV com o objectivo de dar assistência aos desfavorecidos do reino, as termas caldenses viram-se inundadas de termalistas e turistas no final do século XIX, incluindo a família real e muitos outros oriundos das classes mais altas, dispostos a pagar para usufruir das aplicações termais e, em simultâneo, desfrutar dos lazeres que cada vez mais lhes estavam associados.

O século XX traria a consolidação do termalismo caldense enquanto actividade turística e viria este complementado com outras ofertas como o excursionismo ou a praia. Nesta transformação foram importantes os contributos da administração local e da administração central, que entretanto as institucionaliza, legisla e regulamenta.

A forma como todas estas transformações foram implementadas em Caldas da Rainha, que ao contrário de muitas outras termas, não foi idealizada para ser explorada e dinamizada turisticamente, é o que se pretende relatar.

Palavras-chave: Administração Central, Administração Local, História do turismo, Termalismo

Abstract

The second half of the nineteenth century and the first half of the twentieth century saw the developing of touristic habits in Portugal. The baths were prime locations for the developing of those practices. In the Portuguese thermal context, Caldas da Rainha took the front line as one of the most popular and busy thermal resorts. At the same time it experienced a period of remarkable development and progress.

Founded on the fifteenth century, with the aim of assisting the poor people, in the end of the nineteenth century Caldas da Rainha found itself flooded of thermalists and tourists, including the Royal Family and many other families from the highest social classes. Those were willing to pay to enjoy the thermal applications and simultaneously taking pleasure in leisure activities that were increasingly associated to the baths.

The twentieth century brought the consolidation of Caldas thermalism as a touristic activity but also its complementation with other offers such as excursion or the beach. Both local and central administrations were important to this. The way all those changes have been promoted in Caldas da Rainha, not thought to be used as a tourist spa, is the main focus of this work.

Keywords: Central administration, Local administration, History of tourism, Thermalism

Escrever sobre o desenvolvimento do turismo em Portugal é escrever sobre uma actividade que conquistou o seu espaço e a sua identidade, e se tornou numa das mais importantes actividades económicas e num dos melhores embaixadores do país.

Já abordar esta temática no âmbito local é contribuir aprofundar o conhecimento sobre desenvolvimento turístico. A actividade turística só pode ser entendida enquanto fenómeno global através da análise das suas especificidades e para lá da sua componente institucional.

Esta importância é tão mais significativa quanto o facto de não raras vezes a "iniciativa" turística estar dependente da pró-actividade e consciencialização das "gentes locais" e dos "amigos da terra", quando ainda não existiram estratégias "oficiais" definidas para o turismo.

A evolução e definição de práticas de turismo tiraram partido da reforma dos tempos e hábitos sociais, da modernização e introdução de novas infra-estruturas, da disseminação das actividades de recreio e lazer, das novas actividades económicas criadas pelas necessidades que o turismo gerou, da procura pela legalização e legislação de actividades como o termalismo, a hotelaria ou o jogo e da criação de instituições públicas e privadas dedicadas ao turismo. Os praticantes do turismo foram adoptando e foram-se adaptando essas práticas.

Os estudos sobre o desenvolvimento internacional do turístico salientam a procura do lazer como elemento decisivo para o nascimento do turismo. O lazer passou a ser o motivo para se viajar, diferenciando-se assim das viagens associadas a imperativos profissionais, de saúde ou de cariz religioso[1].

Outro contributo foi a exclusividade inicial da aristocracia nestas práticas bem como a fruição destas em contexto individualizado e privado que só mais tarde conheceria uma evolução para o convívio social e público.

Com o passar dos anos estas tendências haveriam de se alastrar às restantes faixas da pirâmide social, ainda que com diferenças significativas na forma e nos meios de fruição e com ligeiras diferenças cronológicas[2]. Para tal contribuíram outras transformações tais como as reformas laborais, económicas, industriais e científicas.

1 Barton, Susan (2005), *Workingclass organization and popular tourism, 18401970*, Manchester, Manchester University Press, p. 23.

2 Matos, Ana Cardoso de e Maria Luísa F. N. dos Santos (2004), "Os Guias de Turismo e a Emergência do Turismo Contemporâneo em Portugal dos Finais de Século XIX às Primeiras Décadas do Século XX", Scripta Nova. (Online), Disponível em http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn167.htm.

Por outro lado, a cada passo que as massas davam em direcção à conquista da possibilidade de se dedicarem às práticas outrora exclusivas da aristocracia, estes prontamente respondiam com a procura de novas actividades que lhes permitissem manter a exclusividade entretanto ameaçada. A introdução do *Grand Tour*, do alpinismo, do ciclismo e do automobilismo ou a procura de destinos mais selectivos como a Cote d'Azur são exemplos dessa procura pela exclusividade, gerando simultaneamente novas tendências[3].

Independentemente do estatuto social, da cronologia e geografia da sua fruição, as práticas de turismo dependem essencialmente de três premissas: o tempo livre, a deslocação (viagem) e a capacidade económica para os conjugar. Em função disso, o turismo não se definiu numa data nem num momento concreto nem se definiu de forma igual e em função das mesmas necessidades, inovações e expectativas em todos os locais, embora o objectivo central fosse sempre o lazer. Associado a este estava o tempo livre, que passa a estar no centro «dos desejos, expectativas e frustrações» dos indivíduos[4].

O século XVIII viu nascer essas práticas ditas de turismo, tendo o Reino Unido como "laboratório" dessa origem, onde também foram «inventados os novos usos do tempo»[5] e nasceram boa parte das transformações que fizeram a evolução do turismo, tendo o comboio como expoente máximo, considerado o elemento mais influente na democratização do tempo livre[6].

Naturalmente que todo o processo de definição do turismo português foi seguindo os caminhos previamente percorridos além fronteiras, que contando com particularidades próprias. Estas conferiram-lhe singularidades que foram contribuindo para a construção da imagem turística nacional.

Em Portugal as práticas ditas de turismo, ainda que «de forma indefinida, rudimentar»[7] e pouco sofisticada, já estavam identificadas na segunda metade do século XIX. Naquele período «ir à praia (mais do que às termas) passara a integrar o conceito de lazer de muitos portugueses» ao mesmo tempo que uma percentagem cada vez maior da população se dedica a actividades de lazer[8].

3 Marc Boyer, *Le Tourisme de Masse* (Paris, L´Harmattan, 2007), 59-76.

4 Alain Corbin, *História dos Tempos Livres. O Advento do Lazer* (Lisboa, Teorema, 2001) 5.

5 Corbin, *História dos Tempos Livres*, 19.

6 Corbin, *História dos Tempos Livres*, 28 e 35.

7 Sérgio Palma Brito, *Notas Sobre a Evolução do Viajar e a Formação do Turismo* (Lisboa, Média Livros, 2003), 219.

8 Maria Alexandre Lousada, "Viajantes e turistas. Portugal, 1850-1926", em Maria Alexandre Lousada e Ana Paula Pires, *Viajar: Viajantes e Turistas à Descoberta da Portugal no Tempo da I República* (Lisboa, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010), 65-73.

O caso de Caldas da Rainha reveste-se de algumas singularidades em determinados aspectos. Desde logo a fundação do Hospital Termal, em função e em redor do qual a povoação se fundou e se foi desenvolvendo. Não menos importante a premissa do termalismo caldense ter sido o âmbito assistencial aos pobres e cadenciados do reino e não as finalidades turísticas. Também relevante foi a presença da Família Real ao longo dos séculos.

O crescimento caldense foi sendo gradual até meados do século XVIII, altura em que o Hospital Termal sofre uma enorme transformação, por iniciativa de D. João V. Esta refundação lançaria as bases para o período de renovado interesse no termalismo, para o qual também foram decisivas a fundação da Academia das Ciências, o início das análises científicas às águas termais, e o estudo das nascentes minerais[9].

Num período em que «o costume em Portugal, nos meses de Verão, [ainda] era tomar ares»[10], as referidas medidas permitiram ao termalismo dar passos decisivos rumo à sua afirmação e legitimação. Gradualmente foi-se tendo a consciência da importância de realizar intervenções para a modernizar as estâncias termais.

> *«largas avenidas ensombradas de árvores, bonitos passeios com bancos, elegantes challets entremeando com outras edificações mais modestas, hotéis razoáveis onde se encontre boa comida e pousada confortável, iluminação nas ruas e praças, asseio por toda a parte, um ou dois clubes elegantes para as valsas e os jogos à noite, um parque para os passeios à tarde e um estabelecimento de banhos de águas doce»*[11].

Neste contexto de modernização, nas Caldas da Rainha depressa foram surgindo novos serviços, equipamentos e infra-estruturas para responder às novas tendências e às exigências que uma cada vez maior afluência de termalistas e turistas ia gerando.

Há entrada para o último quartel do século XIX, nas Caldas da Rainha já faziam parte do dia-a-dia lúdico, recreativo, social e cultural da vila o Passeio da Mata, o Passeio da Copa (1799) e o Clube de Recreio (1837) e apesar do «péssimo estado»[12], existiam também ligações rodoviárias a Leiria, Lisboa (duas variantes), Peniche, Santarém e Torres Vedras.

9 Jorge Mangorrinha, *O lugar das termas: Património e desenvolvimento regional. As estâncias termais da região Oeste*, (Lisboa, Livros Horizonte, 2000), 35.

10 Júlio César Machado, "Introdução" em Ramalho Ortigão, *Banhos de Caldas e Águas Minerais* (Sintra, Colares Editora, 1875) 7.

11 Eduardo Brites Henriquese Maria Alexandre Lousada, "Féria em Portugal no Primeiro Quartel do Século XX. A Arte de Ser Turista", em Maria Alexandre Lousada e Ana Paula Pires, *Viajar: Viajantes e Turistas à Descoberta da Portugal no Tempo da I República* (Lisboa, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010) 113.

12 Jornal *Echos das Caldas*, Ano I, n.º 14, de 27 de Setembro de 1908

Ao longo do período analisado (1875-1936) foram realizadas diversas intervenções (remodelações e inaugurações). Entre outros destacam-se o Clube de Recreio (1890)[13], a Praça de Touros (1883), a Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha (1884), a linha de caminho-de-ferro (1887), o Parque D. Carlos I[14], o Grande Hotel Lisbonense (1893) e o Teatro Pinheiro Chagas (1900), um hipódromo (1904), um velódromo (1904), o Salão Ibéria (cinema) (1921) e o Museu Malhoa (1933). Outras infra-estruturas de menor importância foram tomado parte do quotidiano caldenses ao mesmo tempo que se tomaram outras medidas de cariz urbanístico, arquitectónico e de higiene e salubridade.

Surgiram ainda novas colectividades que também contribuíram, à sua medida, para a disseminação das práticas de sociabilidade nas vertentes desportiva e cultural das quais se destacaram a Nova Filarmónica Caldense (1886), a Sociedade Dramática Caldense (1890), o Teatro da Travessa do Moinho de Vento (1893), o Clube Ginásio Caldense (1893), o Cyclo-Clube Caldense (1901) ou o Caldas Sport Clube (1916). Este conjunto de infra-estruturas e colectividades dotaram as Caldas da Rainha de uma diversidade assinalável de propostas lúdicas, recreativas, desportivas, turísticas, sociais e culturais.

Neste período o administrador do Hospital Termal, Rodrigo Berquó, foi um dos mais activos promotores destas transformações no período entre a sua chegada à vila, em 1888 e a sua morte em 1896. As infra-estruturas com mais relevo na dinâmica turística local estavam sob administração do Hospital. Em 1884 havia sido aprovado em Plano de Melhoramentos do complexo termal que teve em Berquó o responsável pela sua implementação. Nos oito anos em que trabalhou na vila, Berquó fez remodelações em todo o complexo gerido pelo Hospital (Hospital Termal, Casa da Convalescença, Mata, Passeio da Copa/Parque D. Carlos I, Clube de Recreio e Casa Real) modernizando-o, ampliando-o e tornando-o moderno e funcional[15].

Quer isto dizer que o termalismo caldense, chamariz turístico inicial da vila, depressa se viu complementado com diversas outras ofertas. Outra actividade em franco destaque foi o excursionismo que permitia visitas às redondezas da vila, nomeadamente Alcobaça, Baleal, Batalha, Foz do Arelho, Lagoa de Óbidos, Leiria, Nazaré, Óbidos, Peniche, Porto de Mós, S. Martinho do Porto, S. Pedro de Moel e Salir, entre outros, fazendo das Caldas da Rainha um dos principais centros excursionistas do país.

Mais tarde também a praia da Foz do Arelho surgiria como outro complemento à oferta turística local. A Foz do Arelho era apreciada sobretudo pelas suas características naturais, onde se incluía a Lagoa de Óbidos e as actividades piscatórias a ela associadas. Para além de ser uma praia de banhos e um local de excursão, funcionava como local de refúgio das famílias das Caldas da Rainha e de alguns dos frequentadores das termas que na Foz do Arelho encontravam um local onde podiam «descansar» do rebuliço da época balnear das termas caldenses e aproveitar para o «uso de banhos de mar»[16] e assim fazerem a sua vilegiatura.

Só mais tarde, já num período de acentuado declínio do termalismo, a praia da Foz do Arelho ganharia preponderância face às termas. Para essa transformação contribuíram decisivamente os diversos investimentos que ali foram sendo feitos com destaque para os acessos às Caldas da Rainha e a edificação de um hotel[17]. Este representaria um marco importante, e também simbólico, da relevância turística desta praia. Contemporâneas deste são ainda algumas moradias de férias construídas por visitantes e entusiastas da localidade, entre os quais Francisco Grandela.

Em 1915 a Sociedade Propaganda de Portugal apresentava a Foz do Arelho como «uma interessantíssima praia [...] banhada por mar e na qual há hotel e restaurante»[18] e em 1918 considera-a «uma das mais pitorescas», pese embora fosse «uma das menos conhecidas» de todo o país[19].

Esta diversidade de ofertas consolidou uma forte dinâmica social e um cosmopolitismo sem precedentes para o turismo caldense. A adaptação a uma nova realidade passou também pelo aumento e melhoramento do parque hoteleiro local, um sector decisivo mas cuja qualidade deixava muito a desejar. A *Revista de Turismo*, em 1916, referia-se aos hotéis nacionais como «talvez os piores da Europa»[20], ao mesmo tempo que José de Ataíde, director da Repartição de Turismo, afirmava que «o mau pessoal faz maus os bons hotéis»[21].

13 Neste caso uma remodelação que decorreu entre1889 e 1890, cf. Jorge Mangorrinha, "Da Felgueira às Caldas da Rainha. A Arquitectura Termal", em Jorge Mangorrinha (Coord.), *Rodrigo Berquó Cantagalo (1839-1896): arquitecto das termas*, (Caldas da Rainha, Centro Hospitalar das Caldas da Rainha, 1996), 64.

14 Neste caso uma remodelação do Passeio da Copa, e que decorreu entre 1888 e 1891, cf. Mangorrinha, *O lugar das termas*, 183.

15 Mangorrinha, *Rodrigo Berquó Cantagalo (1839-1896)*, 49-79

16 Jornal *Cavacos das Caldas*, n.º 42 de 21 de Novembro de 1897, 12.

17 O Eden Palace Hotel, inaugurado em 1910. Seria mais arrendado por Luís Grandela, filho de Francisco Grandela, em 1923 e redenominado Hotel do Facho, Vasco Trancoso, *Grandela e a Foz do Arelho* (Calda da Rainha, Património Histórico, 2009) 50.

18 Sociedade Propaganda de Portugal, *Portugal: Clima, Paisages, Estaciones Termales, etc.* (Lisboa, Tipografia Universal, 1915),

19 Sociedade Propaganda de Portugal, *As Nossas Praias. Indicações Gerais para uso de Banhistas e Turistas* (Lisboa, Tipografia Universal, 1918), 50-51.

20 *Revista de Turismo*, n.º 7 de 5 de Outubro de 1916, p. 50

21 Paulo Pina, *Portugal: O Turismo no Século XX* (Lisboa, Lucidus, 1988), 63.

No período cronológico estudado é fácil de constatar o crescimento no número de unidades hoteleiras nas Caldas da Rainha, sendo que pelo meio foi promulgada legislação (1914)[22] que ajudou a definir e regulamentar estes estabelecimentos quer do ponto de vista da qualidade quer na capacidade de alojamento,

Facilmente percebe-se essa evolução em três períodos distintos. Um período de carência que medeia entre 1875 e 1900, e no qual que a oferta era escassa e com pouca qualidade. Depois um segundo período de evolução, entre 1900 e 1914, no qual que se constata um aumento no número de hotéis, com relatos que evidenciam ainda assim uma melhoria das condições[23]. Por fim, um período de estabilização, entre 1914 e 1940, em que se assistiu a um equilíbrio entre oferta e a qualidade. Salienta-se a longevidade e os mais de 50 quartos em quatro hotéis, sendo um desses o Grand Hotel Lisbonense, vencedor do 1.º Prémio do I Concurso de Hotéis da Sociedade Propaganda de Portugal, no ano de 1908[24].

Noutra perspectiva, a presença da família real foi outros dos contributos importantes para a dinâmica e cosmopolitismo vivido. A "ida a banhos" tornara-se moda também para a família real, motivando romarias de curiosos e entusiastas, representando em simultâneo um factor de prestígio para a comunidade local.

Várias são as fontes com referências à passagem de elementos da realeza pela vila. Relatam uma forte empatia, documentam a pompa e circunstância das recepções e homenagens e antevêem a tentadora perspectiva de receita para o serviços locais. Todos os principais elementos da família real marcaram presença na vila entre 1875 e 1910.

As fontes destacam D. Fernando II[25], lembrado-o como comprador «em grandes quantidades», das artes cerâmicas caldenses, destacando-se também pelo «afecto do trato», pelo «bem material» e por ser comum vê-lo «dançar com diferentes pessoas»[26]. Também o seu filho D. Augusto é destacando como «excelente dançarino»[27]. Ao rei D. Luís I, com presença discreta, contrapõe-se a sua esposa, a rainha D. Maria Pia, que se deslocou com frequência à vila e era tida como um dos «mais queridos e simpáticos» elementos da família real para os caldenses[28]. As visitas por vezes faziam-se por vezes na companhaia dos netos, D. Luís Filipe e D. Manuel[29] ou do filho D. Afonso[30].

Já D. Carlos I foi o monarca com um impacto mais forte no contexto local e quem mais vezes visitou a vila. Presença habitual, as suas deslocações, sozinho ou na companhia da rainha D. Amélia e dos filhos, eram momentos altos. Nas Caldas da Rainha destacou-se sobretudo enquanto apreciador de touradas e pela confraternização com as amizades que ali tinha, com destaque para o Victorino Fróis, o Pe. António e Rodrigo Berquó.

A admiração e respeito dos caldenses era extensível à rainha e aos príncipes. Destaque para uma visita de D. Amélia que motivou um curioso pedido de audiência, por parte da colónia espanhola, que serviria para agradecimento pela «cativante hospitalidade», «pela gratidão» que os espanhóis tinham pelos caldenses e «pelo acolhimento carinhoso com que estes sempre os receberam»[31].

Por sua vez D. Manuel, que em criança foi presença frequente, juntamente com D. Luis Filipe, enquanto Rei só por uma vez se deslocou à vila, em 10 de Setembro de 1910, assistindo ao Concurso Hípico[32], evento que contava com o tio, D. Afonso, como membro do júri.

Da mesma forma que a presença real contribuiu para o desenvolvimento turismo local é também importante referir que o 5 de outubro de 1910 não significou de forma alguma um travão na dinâmica turística local, tendo inclusivamente o Hospital Termal registado o seu máximo de utentes alguns anos depois[33].

Para além das transformações que foi sofrendo ao longo do período em análise, ambicionava-se a criação de uma entidade que fizesse a gestão e propaganda turística caldense, ligando assim de forma mais eficaz todas as ideias e projectos atrás elencados. Fundamentada nessa ambição seriam instaladas várias delegações em anos e períodos distintos e com importâncias diferentes, sobretudo pelas diferenças no volume de trabalho concretizado.

22 Sérgio Palma Brito, "A Institucionalização do Turismo", em Maria Alexandre Lousada e Ana Paula Pires, *Viajar: Viajantes e Turistas à Descoberta da Portugal no Tempo da I República* (Lisboa, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010) 139-145.

23 José de Ataíde, *Serviços da Repartição de Turismo. Relatório*. Junho de 1912-Junho de 1913, (Ministério do Fomento, Lisboa, Imprensa Nacional de Lisboa, 1913), 89 e 90.

24 *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, n.º 6, de Dezembro de 1907, p. 14.

25 Consorte de D. Maria II, regente do trono por várias vezes e pai dos dois monarcas que sucederam à esposa, D. Pedro V e D. Luís.

26 Correia, Fernando da Silva (1995), *Pergaminhos das Caldas*, Caldas da Rainha, Património Histórico, p. 103.

27 Correia, Fernando da Silva (1995), *Pergaminhos das Caldas*, Caldas da Rainha, Património Histórico, p. 109.

28 Jornal *O Caldense*, n.º 301 de 29 de Junho de 1890

29 Jornal *O Caldense*, n.º 306 de 3 de Agosto de 1890

30 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 798 de 1 de Junho de 1943 e n.º 803 de 20 de Julho de 1943.

31 Jornal *O Círculo das Caldas*, n.º 469, de 20 de Agosto de 1904

32 No ano anterior, a imprensa local registou a passagem pela vila do infante D. Afonso e que a esse respeito teria tecido considerações sobre a satisfação com que havia sido recebido e em relação à qualidade da organização do Concurso Hípico, cf. *Círculo das Caldas*, n.º 648 de 3 de Setembro de 1909.

33 Em 1920, o Hospital Termal registara o seu máximo anual no período analisado com 5 224 termalistas, cf. Consultar o Anexo II.

A primeira entidade surgiria em 1908, com a constituição da Comissão Propaganda dos Interesses das Caldas da Rainha, e da qual não foi possível encontrar qualquer outra informação[34]. Logo depois, em 1910, surge a Lig de Defesa e Propaganda das Caldas da Rainha[35], havendo uma curta referência ao objectivo de tornar a vila «a mais importante estância termal da Península Ibérica e a melhor estação de verão», prometendo fazer «larga propaganda das suas condições climatéricas e turísticas»[36]. A falta de informação relativa a ambas as entidades pode estar relacionada com a falta de actividade das mesmas.

Apesar das duas experiências terem falhado continuava a acredita-se que a solução passava por uma instituição de género. Com a fundação da Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP) (1906) e a da Repartição de Turismo (1911) acreditou-se ainda mais que esse desejo seria uma realidade.

A primeira instituição a introduzir as delegações foi a SPP. Uma notícia do *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, em 1907, mencionava o regozijo por ter sido feita, para Caldas da Rainha, a «nomeação oficial de uma comissão, de que muito se há a esperar pelos elementos que a compõem»[37]. No entanto, a delegação caldense só seria constituída a 11 de Setembro de 1916[38]. As expectativas não tiveram a respectiva correspondência e em apenas dois anos a pouca produtividade da delegação levou a SPP a dissolver a delegação[39]. Dos melhoramentos promovidos enumeram-se a montagem de um posto meteorológico «para apreciação do respectivo clima» e ainda as tentativas de aproveitamento da Lagoa de Óbidos, pela sua «importância turística e para aumentar a sua clientela de cura e repouso»[40].

Depois das delegações da SPP seriam criadas, pela Lei n.º 1 152, de 23 de Abril de 1921[41], as Comissões de Iniciativa que funcionaram até 1936, altura em que foram extintas[42]. Independentes do poder municipal, funcionavam como delegações do poder central na província.

34 Também designada como Comissão de Propaganda de Melhoramentos Locais, cf. João B. Serra, "Caldas da Rainha, 1887-1927: Expansão e Modernidade", em Luís Nuno Rodrigues, João B. Serra e Mário Tavares (Coords.) (1993), *Terra de Águas: Caldas da Rainha, História e Cultura* (Caldas da Rainha, Câmara Municipal das Caldas da Rainha, 1993), 407.

35 Fundada em 14 de Fevereiro de 1910, cf. João B. Serra, *Introdução à História das Caldas da Rainha* – Cadernos de História Local (Caldas da Rainha, Património Histórico, 1995) 107.

36 Hugo Franco d' Araújo, "Da Corte á República" em Dora Mendes (Coord.) (2010), *A República a Banhos. O Hospital Termal e a I República* (Caldas da Rainha, Centro Hospitalar Oeste Norte, 2010), 14.

37 *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, n.º 2, de Agosto de 1907, 16

38 Jornal *O Círculo das Caldas*, n.º 895, de 14 de Setembro de 1916.

39 *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, Ano 13.º, n.º 1 e 2, de JaneiroAbril de 1919, 13.

40 *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, Ano 11.º, n.º 2, de MarçoAbril de 1917, 33.

41 Lei à qual se adicionaram os decretos n.º 8 046 de 24 Fevereiro de 1922 e n.º 10 057 de 24 de Agosto de 1924.

42 Consultar Decretolei n.º 27 424, de 31 de Dezembro de 1936.

A fundação da comissão caldense efectivou-se a 23 de Fevereiro de 1924[43], ao abrigo da portaria que definiu as estâncias hidrológicas[44]. Tinha como área de jurisdição Caldas da Rainha e a Praia da Foz do Arelho[45]. A sua actuação foi visível em diversas áreas.

Para propaganda local adquiriu uma «camioneta» para informações turísticas e editou postais com temáticas caldenses. Publicou o *Guia Propaganda das Caldas*[46] e o *Álbum das Caldas*[47]. A partir de 1934 difundiu «breves notícias» sobre o turismo caldense aos microfones do Rádio Clube Português e da T.S.F.[48]. Para o contexto internacional editou selos, cartazes e folhetos, que fez distribuir em Espanha, França, Bélgica e Inglaterra[49].

Subsidiou a construção de bustos a Rafael Bordalo Pinheiro (1927) e a José Malhoa (1928) bem como para a construção da estátua à Rainha D. Leonor (1935)[50]. Apoiou também monetariamente a edificação do Museu José Malhoa (1934)[51].

Fez também parte da Comissão Organizadora que promoveu a V Exposição Agrícola, Pecuária, Industrial e de Automóveis nas Caldas da Rainha, em Agosto de 1927[52] importante iniciativa de promoção e afirmação da localidade[53].

Destacou-se ainda pelo pedido para permissão da livre entrada de espanhóis em Portugal[54]. Mostrou-se também solidária com a autarquia local em manter o descanso semanal à segunda-feira e estabeleceu «o serviço de registo das cédulas pessoais dos banhistas e veraneantes estrangeiros»[55]. Na Foz do Arelho efectuou alguns melhoramentos com destaque para a criação do 1º posto telefónico e por ter intercedido, com sucesso, junto da autarquia para a reparação da estrada que liga as Caldas da Rainha à Foz do Arelho[56].

43 Comissão de Iniciativa do Luso e Bussaco, Nota sucinta das principais obras realizadas pelas comissões de iniciativa criadas pela lei no 1 152, de 23 de Abril de 1921, (Lisboa, Oficina Gráfica, 1936), 15.

44 Consultar: Portaria n.º 2 867 de 10 de Agosto de 1921.

45 Integrada na Comissão de Iniciativa das Caldas da Rainha ao abrigo do Decreto n.º 10 721 de 28 de Abril de 1925.

46 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 78 de 17 de Julho de 1927.

47 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 529 de 04 de Abril de 1936.

48 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 429 de 05 de Maio de 1934 e n.º 431 de 19 de Maio de 1934.

49 Várias referências no Jornal *Gazeta das Caldas*, entre os anos de 1927 e 1934, relatam o trabalho da comissão na promoção da vila no estrangeiro.

50 Jornal Gazeta das Caldas, n.º 68 de 08 de Maio de 1927, n.º 139 de 10 de Setembro de 1928 e n.º 500 de 15 de Setembro de 1935.

51 Luís Nuno Rodrigues, "A Criação do Museu José Malhoa nas Caldas da Rainha", Couto, Matilde Tomaz do e (Coord.), *O Museu José Malhoa As Caldas e a República* (Museu José Malhoa, Caldas da Rainha, 2010), 14-24

52 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 75 de 26 de Junho de 1927 e n.º 76 de 03 de Julho de 1927.

53 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 71 de 29 de Maio de 1927.

54 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 235 de 27 de Julho de 1930.

55 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 451 de 06 de Outubro de 1934 e n.º 514 de 21 de Dezembro de 1935.

56 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 429 de 05 de Maio de 1934, n.º 425 de 31 de Março de 1934 e n.º 429 de 05 de Maio de 1934.

Não teve sucesso em algumas das suas iniciativas, como na tentativa de fazer inserir as Caldas da Rainha no mapa dos locais oficiais de jogo, definidos em 1927[57] e foi também possível encontrar testemunhos relativos à falta de iniciativa da comissão, relatos de instabilidade directiva que justificaram uma portaria do governo a ordenar a dissolução da Comissão de Iniciativa e a nomear uma Comissão de Turismo[58]. Na origem desta crise estiveram também problemas de ordem financeira, justificada com uma noticia que destaca um empréstimo de 110 000$00 contraído em 1933 para que a comissão pudesse pagar ao estado um valor em dívida de anos anteriores[59].

Apesar das dificuldades é inegável que a Comissão de Iniciativa de Caldas da Rainha se empenhou na sua missão de dinamizar o turismo local e conseguiu levar a cabo diversas actividades meritórias e que contribuíram para aumentar a visibilidade e a atractabilidade de Caldas da Rainha no mapa turístico nacional.

Nota Biográfica

Mestre em História Moderna e Contemporânea (2014) pelo ISCTE-IUL, é também Pós-Graduado em Património e Projectos Culturais (2008) e Licenciado em História Moderna e Contemporânea (2007) pela mesma instituição. É investigador do CECHAP desde 2011 e da Associação Património Histórico desde 2014. Publicou em 2014, em co-autoria o livro *A Rota do Mármores do Anticlinal de Estremoz*. As suas áreas de interesse são a História Contemporânea, História do Turismo, História Urbana e História do Património.

57 Consultar Decreto n.º 14 643 de 3 de Dezembro de 1927.

58 Paulo Henriques, Maria Helena Coimbra, Luís Nuno Rodrigues, Matilde Tomás do Couto, Conceição Colaço, *António Montês: Museu de José Malhoa* (Caldas da Rainha, Museu de José Malhoa, 1996), 81 e 92

59 Jornal *Gazeta das Caldas*, n.º 405, 11 de Novembro de 1933.

Primórdios do Turismo nos Açores: de porto de Escala a Destino Turístico (1893-1939)

Carlos Guilherme Riley e Isabel Soares de Albergaria

Resumo

Analisando o comportamento dos Açores no contexto da afirmação do turismo nacional, face a uma situação geográfica inequivocamente favorável, que colocou as ilhas açorianas no caminho das principais rotas marítimas e, mais tarde, aéreas, do Atlântico central, parece pouco compreensível que o arquipélago açoriano – ao invés do que sucede com a vizinha ilha da Madeira – não tenha beneficiado plenamente dessa circunstância, tendo durante largas décadas desaparecido do mapa dos Destinos turísticos nacionais, situação que só muito recentemente parece ter sido ultrapassada.

Convém, por outro lado, não ter uma visão demasiado apressada desse passado recente, ignorando a existência de episódios significativos na história do turismo regional e negando-lhes a devida importância. A construção da imagem do Destino Açores, os produtos e equipamentos que ainda hoje compõem o seu "cartaz turístico", bem como o perfil de turista que visita as ilhas açorianas não surgiram do nada, constituindo, bem ao contrário, uma realidade cultural de espessura histórica, cujas raízes mergulham no século XIX e começam a dar frutos na década de 1930, abruptamente terminada com a II Guerra Mundial. As primeiras experiencias organizadas situam-se, precisamente, entre 1893 – data da primeira associação criada em Portugal com fins de "propaganda" turística – e 1939, ano em que se iniciaram as carreiras aéreas regulares entre Nova Iorque e Lisboa (com escala nos Açores) e foram publicadas as "Atas" do I Congresso Açoriano.

Esta comunicação propõe-se historiar a transição operada, nos Açores, entre a condição geográfica de porto de escala e a construção da sua imagem como destino turístico, tendo como pano de fundo o quadro internacional dos transportes transatlânticos e a forma como os insulares se adaptaram às circunstâncias em função dos seus interesses particulares. A abordagem desvia-se dos aspectos económicos, centrando-se numa reflexão – permitida e potenciada pelo fenómeno turístico – acerca das representa-

ções da realidade insular e da construção das identidades, assim como das respectivas estratégias de comunicação.

1. Rotas marítimas e paisagens vulcânicas

Ao largo da costa ocidental europeia, os Açores encontram-se entre os raros territórios emersos da longa dorsal mesoatlântica, precisamente no limite convergente das placas tectónicas Norte-americana, a oeste, e Euroasiática e Africana, a este. Dir-se-ia que o "Plateau dos Açores" – assim designado pelo oceanógrafo alemão Georg Wüst em 1940[1] – constitui uma metáfora hidro-geográfica do que, historicamente, há muito havia representado uma fronteira actuante mas sempre relativamente isolada, entre o Velho e o Novo Mundo.

De "Universal escala do Mar Poente", como se referiu Gaspar Frutuoso a Angra no século XVI, enquanto escala obrigatória na rota das torna-viagens da India, do Brasil, América central e do Norte, o certo é que os portos dos Açores nunca perderam a importância geoestratégica face às expedições de descoberta ou rotas comerciais transatlânticas, posição que se viu reforçada a partir do século XVIII, graças à exportação do vinho do Pico e ao recrutamento de tripulantes envolvidos na saga baleeira, através do porto da Horta, logo seguida do animado comércio da laranja, já bem entrado o século XIX, e com Ponta Delgada por centro nevrálgico.

Por razões que se prendem com circunstâncias físicas e climáticas, profundamente interligadas às dinâmicas socioeconómicas, o arquipélago açoriano assumiu uma posição singular no contexto dos restantes arquipélagos da chamada Macaronésia. Com efeito, o papel das ilhas Canárias e da Madeira como *winter health resorts* atlânticos, associados aos primórdios do turismo terapêutico europeu desde meados do século XVIII e valorizados pelas belezas das suas paisagens edénicas e pela amenidade do seu clima, só marginalmente pode ser alargado aos Açores.

Em 1799 o barão Alexander von Humboldt (1769-1859) fazia eco dessa realidade que habitualmente equiparava a Madeira às Canárias, ao exortar o Vale de Orotava, na ilha de Tenerife e a encosta do Funchal, na vertente sul da Madeira, como duas das mais belas paisagens humanizadas do mundo. Para o naturalista e geografo prussiano a reputação internacional de que gozavam não encontrava paralelo no interesse demonstrado pelo estudo da história natural, campo em que, no seu entender, as ilhas eram igualmente merecedoras. Na visão holística do naturalista prussiano, a descrição física e topográfica das paisagens só poderia ficar completa quando associada ao conhecimento científico da natureza. (HUMBOLDT & BONPLAND, 1822). Humboldt deixou de fora os Açores nestas considerações simultaneamente científicas e poéticas da paisagem[2], agindo, nesse ponto, de acordo com uma prática estabelecida. Mas nem por isso deixou de influenciar profundamente a visão de gerações de naturalistas e de outros tipos de viajantes os quais, cruzando o Atlântico pelos mais diversos motivos, não deixavam de consagrar uma atenção muito particular à contemplação das curiosidades naturais a par da descrição topográfica das paisagens insulares (MARTINS, 2007).

A emergência das considerações geológicas associadas às paisagens dos Açores e em particular a exortação da geomorfologia gerada pelos fenómenos vulcânicos, afirma-se como autentico *leitmotiv* das descrições paisagísticas a partir do primeiro terço do século XIX. Para essa visão informada e eivada de conhecimentos científicos muito contribuiu o médico e mineralogista norte-americano John White Webster (1793-1850), professor de química e mineralogia na Universidade de Harvard. Webster fixa-se em Ponta nos começos de 1817 depois de residir temporariamente em Londres, praticando medicina junto da comunidade anglo-americana, aonde viria a casar, um ano mais tarde, com Harriet Frederica Hickling, filha do vice-cônsul americano Thomas Hickling. A passagem de Webster pela ilha de São Miguel motivou a redacção de uma interessante monografia sobre a geologia da ilha, intitulada *A Description of the Island of St. Michael* que publicaria em Boston no ano de 1821. No prefácio o autor protesta contra o desconhecimento até então demonstrado pelas ilhas açorianas e admira-se que este grupo de ilhas "*should not have commanded the attention of naturalists, nor have induced some one to undertake an excursion to them for the purpose of investigation their geological structure*". E conclui: "*The only notices we have of them are brief, tending to excite the curiosity, rather than affording much positive information respecting them*" (WEBSTER 1821, iii)

Estava lançado o mote para a descoberta do arquipélago açoriano e o convite à interpretação das suas formações geológicas. Pela pena de Webster definem-se alguns dos signos mais expressivos utilizados na descrição da paisagem açoriana: uma geomorfologia variada, composta por cones vul-

1 Georg Adolf Otto Wüst (1890-1977) foi um oceanógrafo alemão, pioneiro no reconhecimento das correntes marítimas entre os hemisférios sul e norte, tendo também dedicado estudo importante ás cartas batimétricas submarinas. Em 1940 publica A existência de um planalto submarino onde assentavam as ilhas dos Açores, no entanto, já havia sido reconhecido muito antes, graças ás observações náuticas dispensadas pelo navegador e comandante de fragata francês Charles Philippe de Kerhallet (1809-1863), il écrivit de nombreux ouvrages traitant des sciences appliquées à la navigation. - Campagnes au Levant, en Afrique, en Amérique. - Fut attaché au dépôt des cartes et plans (en 1844)

2 Comparative geography draws our attention, at one time, to small Archipelagos or independent mountain-system, which craters and lava streams, like those in the Canary Islands and the Azores (...) (359). Além desta breve referência ao tema da paisagem vulcânica, Humboldt dedica-se ao estudo da formação dos fundos e correntes submarinos em torno dos Açores, ou até mesmo às teses históricas sobre a descoberta e povoamento das ilhas.

cânicos e crateras de extintos vulcões, algumas das quais de um tamanho tal que as podemos considerar como uma variedade de vales, lagoas inseridas em caldeiras, cavernas e tuneis lávicos, ou mantos de lava recente cobrindo extensas porções do território.

Não obstante a precisão das observações dispensadas pelo cientista americano, o aparelho iconográfico que alimentará a representação das paisagens vulcânicas açorianas é alimentado por outras personalidades do mundo da ciência ou das artes. É o caso de Karl Georg Friedrich Hartüng (1820-1891), eminente naturalista prussiano que se dedicou ao estudo comparativo da natureza geológica dos Açores, da Madeira e das Canárias. A sua obra *Die Azoren in ihrer ausseren erscheinung und nach ihrer geognostischen Natur*, publicada em Leipzig, em 1860, revelou mais do que precisas descrições das crateras de explosão ou das formações calcárias da ilha de Santa Maria; incluiu um atlas com magníficas litografias representando vistas sobre as grandes crateras de colapso, com destaque para as Lagoas das Sete Cidades, Furnas e Fogo, na ilha de S. Miguel (HARTUNG, 1860)



Figura 1. Vista da cratera das Sete Cidades captada pelo geografo prussiano Georg Hartüng, c. 1860 (Col. Museu Carlos Machado)

Trechos bucólicos captados em recônditos lugares perdidos entre as ilhas mais pequenas, como as Flores ou o Corvo, ou quadros mais consistentemente referidos ao tema do sublime, como a montanha do Pico, a Caldeira do Faial ou a Lagoa das Sete Cidades encontram-se entre os desenhos, aguarelas, litogravuras e águas-fortes revelados pela literatura de viagens ou nos cadernos de *sketches* dos viajantes europeus e americanos que tocam nos Açores.

Cabe aqui uma menção especial aos viajantes que cruzavam o Atlântico, com origem na costa leste americana em direcção à Europa, estabelecendo uma paragem nos Açores. Enquanto viagem pedagógica e de lazer, o *Grand tour* protagonizado pelos *brahmins* da costa leste americana com destino ao velho continente não abrandou de ritmo ao longo da centúria de oitocentos, ao contrário do que sucedeu com o clássico *Grand tour* europeu, praticamente interrompido na sequência das guerras napoleónicas terminadas em 1815 (BARROS 2015,8). Se o turismo interno europeu ressuscitaria mais tarde, em moldes bastante diferentes, para muitos americanos que largavam ferro nas costas da Nova Inglaterra, a sua viagem iniciática por terras europeias começava precisamente nos Açores, frequentemente na cidade da Horta. Situada a pouco mais de meio caminho, a Horta reunia as condições necessárias para acolher os visitantes tanto pelas estruturas portuárias como pela logística que a cidade oferecia graças à animada atividade baleeira e à existência de uma influente e próspera família americana residente – os Dabney – que representou o papel de embaixada norte americana em solo faialense (COSTA 2009). É, assim, significativo que a primeira grande travessia do Atlântico por um veleiro de recreio – o luxuoso *Yatch Cleopatra´s barge* – tenha efetivamente aportado à baía da Horta no ano de 1818, simbolicamente assinalando o início de um movimento iatista que ainda hoje tem na cidade faialense um ponto de paragem obrigatório nas suas rotas transoceânicas (FRAGA 1990, 11-22).

A par da apreciação das paisagens, o termalismo assume especial importância no âmbito do turismo terapêutico oitocentista. As estâncias termais adquirem por toda a Europa um *glamour* especial, passando a instituir-se a "época termal", "la saison", ou "the season", marcados por um forte gosto aristocrático (RAMOS 2008). Nos Açores, a vila termal por excelência fica situada no Vale das Furnas, ilha de S. Miguel, onde as propriedades curativas das águas termais já eram conhecidas desde há muito, mas em que a construção de instalações balneares, de infra-estruturas viárias e a multiplicação de parques, jardins e casas de campo no decurso de oitocentos, transformariam definitivamente o Vale na principal estância de veraneio da elite micaelense, convertendo-o num lugar de visita obrigatório para todos os que demandavam a ilha (ALBERGARIA 2000).



Figura 2. *O Vale das Furnas. Ilha de São Miguel*, gravura por João Ribeiro Cristino da Silva, 1902 (Col. Biblioteca Pública e Arquivo Regional de Ponta Delgada)

2. As carreiras transatlânticas e a rota dos Açores

Na viragem para o último quartel do século XIX o êxodo de emigrantes europeus para o continente americano (NUGENT 1995), combinado com as inovações tecnológicas que a 2ª Revolução Industrial trouxe à arquitetura e engenharia navais, contribuiu para o *boom* das companhias de navegação que viriam a dominar o mercado dos transportes transatlânticos (KEELING 1999, 195-96). Numa primeira fase, entre 1870 e 1890, quando a maioria dos emigrantes partia da Alemanha, Escandinávia, Polónia e Rússia, a rota marítima de eleição passava a norte das ilhas dos Açores, mas a partir de 1890, quando os principais fluxos migratórios para a terra prometida passaram a ter origem na Europa do Sul – Portugal, Espanha, Itália e Grécia – os portos de Ponta Delgada e da Horta transformaram-se numa das escalas regulares da movimentada *mid Atlantic route* entre o Mediterrâneo e Nova Iorque.



Figura 3. Cartaz do SS Lusitania anunciando o Orient Co´s Pleasure Cruise com destino às Índias Ocidentais com passagem pela Madeira, Ilha de Tenerife e Açores, 1895 (Col. Particular)

É por demais conhecida a articulação entre a História dos Transportes e a História do Turismo (BARANOWSKI 2007), como demonstra o desenvolvimento sincrónico da rede de caminhos de ferro e de estabelecimentos hoteleiros na Europa da segunda metade do século XIX (CORMACK 1998, 23-30). As ilhas dos Açores, que ficaram à margem da política de obras públicas do Fontismo, nunca tiveram qualquer rede ferroviária (CASACA 1982) mas, em contrapartida, procuraram tirar partido da sua posição de apeadeiro na estrada marítima do Atlântico, dando-se a conhecer aos passageiros que aí faziam escala a bordo dos *ocean liners*. É neste enquadramento que surge em 1898 a Sociedade Propagadora de Notícias Michaelenses, a qual afirmava na sua primeira circular ter "*como fim principal desenvolver por todos os meios ao seu alcance uma larga e metódica propaganda em Portugal e no estrangeiro, a favor da ilha de S. Miguel, cujos aspectos principais têm sido até hoje mal conhecidos fora de um restrito número de forasteiros que nos visitam*"[3].

Instituição pioneira no seu género – pois antecede a criação da Sociedade de Propaganda de Portugal, fundada em 1906 – a Sociedade Propagadora de Notícias Michaelenses edita um folheto ilustrado de 28 páginas em inglês onde, na capa, se podem ler três frases lapidares: "*St. Michael's as a Health Resort. St. Michael's as a Station for Tourists. St. Michael's as a Coal Station*"[4]. No interior da publicação, um mapa com as rotas das companhias que faziam escala no arquipélago – *Compagnie Générale Transatlantique*, *Hamburg-Amerika Line*, *Royal Mail*, *The Direct Line*, *Andresen Line*, e *Dominion Line* – fornecia uma imagem eloquente da centralidade dos Açores no quadro da navegação intercontinental[5]. Os promotores da iniciativa não se dirigiam às dezenas de milhares de emigrantes que viajavam em 3ª classe, mas sim aos passageiros dos camarotes do *upper deck*, apresentando-lhes a ilha de S. Miguel e a hidrópole termal das Furnas como a *station for tourists*, à qual nem sequer faltava um *Guia do Viajante* dado à estampa numa edição bilingue português-inglês (SOTTO-MAYOR, 1899).

O trânsito gerado pelas companhias de navegação despertou os micaelenses para as potencialidades turísticas da sua ilha e, ao mesmo tempo, confrontou-os com a principal limitação que possuíam nesse campo – a inexistência de modernas unidades hoteleiras que pudessem satisfazer os padrões de exigência dos *touristes*, questão bastante discutida nas páginas da imprensa local por ocasião da Visita Régia de D. Carlos e D. Amélia aos Açores no Verão de 1901 (FERREIRA, 1999), acontecimento que viria a ter uma importância decisiva para o tema aqui abordado, pois o programa oficial da visita de Estado, a primeira jamais feita por um monarca ao arquipélago, não só contribuiu para a projeção da imagem dos Açores no exterior, como ajudou a traçar ao longo do seu itinerário um roteiro (turís-

3 Cf. Sociedade Propagadora de Notícias Micaelenses, *Bases de Estatutos* (Ponta Delgada: Typ. Lit. Ferreira e Cª, 1898) 2

4 Cf. Sociedade Propagadora de Notícias Micaelenses, *The Azores: St. Michael's as a Health Resort. St. Michael's as a Station for Tourists. St. Michael's as a Coal Station* (Lisboa: s.e, s.d.)

5 Sobre este assunto pode ainda consultar-se com proveito a obra de Luís Miguel Correia, *Paquetes dos Açores* (Lisboa: Edições e Iniciativas Náuticas, 2008), 28-35.

tico) das personalidades, locais e experiências únicas que as ilhas tinham para oferecer (BAPTISTA, 1903).

3. A visita régia de 1901

A preparação da viagem às ilhas, que também abarcou o arquipélago da Madeira, obrigou a uma logística marítima de grande aparato. Aos três cruzadores da divisão naval portuguesa – que escoltavam o *yatch* real *D. Amélia* onde vinham os monarcas e a sua comitiva mais chegada – juntaram-se dois vasos de guerra britânicos e um espanhol, isto para não falar dos numerosos navios de transporte e apoio que acompanhavam a frota (TELO, 1993: 45-46), trazendo a bordo dezenas de repórteres que fizeram uma exaustiva cobertura da visita régia, contribuindo assim para a divulgação das belezas e tradições das ilhas açorianas, até então desconhecidas da maioria dos portugueses, exceção feita ao reduzido número de cavalheiros ilustrados que estava ao corrente da Literatura Científica e de Viagens dedicada ao arquipélago.

Tendo em consideração que a iniciativa política desta visita de Estado se deveu ao Presidente do Conselho de Ministros, o micaelense Ernesto Rodolfo Hintze Ribeiro (SILVA 2010), não será de estranhar que o programa da visita às três capitais de Distrito açorianas – Horta, Angra do Heroísmo e Ponta Delgada – tivesse sido preparado de forma criteriosa e com perfeito conhecimento do que de melhor elas tinham para oferecer. Assim, vale a pena assinalar que alguns dos pontos altos da passagem dos monarcas pelas diversas parcelas do arquipélago, como sejam a regata de canoas baleeiras na Horta (GOULART, 1902), a feira de gado e as touradas à corda na ilha Terceira (CAMPOS, 1903) , ou o fogo de artifício no vale das Furnas, ajudaram a destacar diferentes identidades e tradições do mosaico insular que ainda hoje constituem uma imagem de marca do turismo açoriano – As baleias e o mar na ilha do Faial; As touradas e o gado bravo na ilha Terceira; As paisagens deslumbrantes e o termalismo na ilha de São Miguel.

Um bom exemplo do quanto a Visita Régia contribuiu para o melhor conhecimento das paisagens açorianas e do seu potencial turístico, foi a passagem dos monarcas pelo vale das Furnas, onde pernoitaram na casa do Parque dos Marqueses da Praia e Monforte, o qual viria a ser adquirido três décadas depois pela Sociedade "Terra Nostra" para aí edificar a primeira unidade hoteleira moderna dos Açores. Os predicados do vale das Furnas já tinham merecido os encómios de Manuel Emygdio da Silva que, nas suas crónicas para o *Diário de Notícias*, traçara um paralelo com outras estâncias termais e de veraneio existentes no país:

> "*Ao cabo de meia hora (...) aparece-nos com todo o esplendor (...) o formosíssimo e apreciável vale das Furnas, o lugar mais encantador da ilha de S. Miguel, dos Açores e até, no seu género, de Portugal, porque, se Sintra lhe sobreleva em arte, fica-lhe aquém em belezas naturais assim como as Caldas da Rainha, Gerês, Bom Jesus de Braga e etc.*"[6]

A obra que acabámos de citar é um texto de cariz publicista sobre a ilha de S. Miguel – aqui vista como destino, e não escala, de viagem – e a sua importância para a História do Turismo açoriano poderá ser melhor avaliada tendo em consideração que Emygdio da Silva, um dos impulsionadores do excursionismo em Portugal, presidiu ao Conselho de Administração da Companhia de Caminhos de Ferro Portugueses, pertenceu ao grupo fundador da Sociedade Propaganda de Portugal (1906) e foi secretário-geral do IV Congresso Internacional do Turismo, que teve lugar em Lisboa no ano de 1911 (MATOS, 2012: 398)

Outro acontecimento digno de nota foi a subida dos monarcas à cumeeira das Sete Cidades, onde puderam apreciar uma das mais esplendorosas paisagens açorianas. Em 1901, quando as condições da rede viária eram muito diferentes, alcançar o ponto hoje designado pelo nome de "Vista do Rei" só podia ser feito de burro e por trilhos tortuosos. A povoação que vivia adormecida na margem da lagoa, bem como o encanto paisagístico daquela cratera vulcânica eram, então, um segredo bem guardado, exceção feita a alguns naturalistas estrangeiros, como o já atrás referido Georg Hartung que, em 1860, publicou uma litografia da caldeira das Sete Cidades no seu estado quase primordial (HARTUNG, 1860).

Em 1901 as Sete Cidades ainda eram um local remoto, isolado e rústico, sobretudo quando comparado com o vale das Furnas, onde a elite local fora construindo, ao longo do século XIX, os seus *chalets* e residências de verão, atraída pelos banhos termais e maior amenidade do clima (ALBERGARIA, 2000). Após a subida à cumeeira, foi servido aos monarcas um almoço na borda da cratera vulcânica, à qual acorreu em peso a população da freguesia para espreitar esse espetáculo nunca visto dos monarcas a admirarem a paisagem de que eles faziam parte. Os repórteres fotográficos e jornalistas que estavam presentes, perante a beleza do quadro e a sua moldura humana, não deixaram de registar esse momento em que o

6 Cf. Manuel Emygdio da Silva, *S. Miguel em 1893: cousas e pessoas* (Lisboa: Diário de Notícias, 1893)

cenário desconhecido das Sete Cidades se revelou aos olhos de todos no local, daí em diante, chamado "Vista do Rei"(RILEY, 2015).



Figura 4. Os monarcas D. Carlos e D. Amelia nas cumeeiras das Sete Cidades, no local desde então designado por "Vista do Rei", rodeados pela sua comitiva e pelos populares que acorreram ao local para presenciarem a cena, 1901 (Arquivo do Paço Ducal de Vila Viçosa, Álbum da Visita Régia aos Açores)

Se dúvidas houvessem sobre a importância da Visita Régia para a futura dinâmica do turismo no arquipélago, bastaria lembrar a origem deste topónimo, desde então associado ao mirante onde se contempla a imagem hoje mais (re)conhecida dos Açores – a vista sobre a Lagoa das Sete Cidades.

4. A aviação e a quimera do turismo açoriano nas vésperas da II Guerra Mundial

Um dos símbolos do "curto século XX" que emerge da Grande Guerra é sem dúvida alguma a aviação, cujo profundo impacto nos transportes de longo curso irá vincar ainda mais a vocação dos Açores como escala transatlântica. Pode dizer-se que a posição geoestratégica dos Açores foi crescendo ao longo das sucessivas revoluções tecnológicas que marcaram a História dos Transportes, desde a passagem da navegação à vela para os barcos a vapor no século XIX, até ao desenvolvimento da aviação no decurso do século XX (FERREIRA, 2011: 54). As elites açorianas tinham plena consciência da centralidade atlântica do arquipélago e tanto a abertura

do Canal do Panamá em 1914 (CORDEIRO, 2010) como as conversações anglo-americanas sobre o futuro das ilhas enquanto estação aeronáutica, ocorridas em Londres após a assinatura do Armistício (ARAÚJO, 2016), reforçaram a convicção de que o novo século iria projetar internacionalmente a importância dos Açores e reforçar a sua aptidão para o Turismo.

A primeira travessia aérea do Atlântico, protagonizada por um hidroavião da U.S. Navy em Maio de 1919 (SMITH, 1972), fez escala nas ilhas do Faial e S. Miguel, onde a passagem do aparelho era aguardada por equipas de filmagem e jornalistas americanos que, como escrevia a imprensa local ao noticiar a presença em Ponta Delgada do correspondente da *United Press Association*, iriam depois fazer propaganda da ilha nas suas reportagens. E, de facto, assim foi. O feito aeronáutico teve grande divulgação mediática e projetou a imagem dos Açores em ambas as margens do Atlântico, sendo disso exemplo o extenso artigo, ilustrado com primorosas fotografias, que a prestigiada *National Geographic Magazine* dedicou então ao arquipélago açoriano (HAEBERLE, 1919). A National Geographic Society sempre acompanhou de perto o progresso da aviação, o que explica a cobertura dada na sua revista ao avanço da *fronteira aeronáutica* e a frequência com que nela aparecem reportagens sobre os Açores nas décadas seguintes. A Sociedade Propagadora de Notícias Micaelenses, que entretanto cessara as suas atividades, tinha agora na aviação e na imprensa internacional uma inesperada continuadora dos seus propósitos iniciais.

Outro exemplo deveras surpreendente desta relação entre a Aviação, o Turismo e os Açores, é a ilustração fantasiosa que em 1928 o artista gráfico alemão, George C. Kobbe, colaborador habitual do *Berliner Illustrierten*, fez do arquipélago açoriano sobrevoado por aviões-hotéis de onde os turistas descem por escadas de corda para visitar as ilhas. A revista portuguesa *Civilização*, porventura contagiada pelo recente sucesso aeronáutico de Charles Lindbergh, que em 1927 completara o primeiro voo direto entre a América e a Europa, não perdeu a oportunidade de reproduzir o referido desenho e de tecer estes interessantes comentários:

> "*A nossa gravura mostra-nos uma* charge *alemã aos grandes e luxuosos palácios aéreos que, munidos de todo o conforto moderno, cruzarão em breve o espaço. É interessante notar como os alemães não esquecem o papel preponderante dos Açores na navegação aérea transatlântica. Assim nós vemos, na gravura presente, um monstro aéreo pairando sobre os Açores, tornado um grande centro cosmopolita cheio de hotéis e parques, e uma série de pequenos aeroplanos (...)*

desembarcam os passageiros que se destinem a outras carreiras ou fiquem em cura de repouso no nosso magnífico arquipélago."[7]

Aquilo que para muitos ainda era uma fantasia nos finais da década de 1920, o transporte aéreo intercontinental, começava aos poucos a ganhar forma no planeamento estratégico dos visionários da aviação civil. Em 1933, seis anos depois da sua histórica travessia entre Nova Iorque e Paris, Charles Lindbergh realiza um longo voo de reconhecimento no Atlântico norte ao serviço da *Pan American Airways* com o objectivo de identificar as melhores rotas para as futuras carreiras transatlânticas. No âmbito dessa viagem, feita na companhia da sua mulher, que depois publicou um testemunho do périplo na *National Geographic Magazine* (LINDBERGH, 1934), o lendário aviador visitou os Açores, tendo amarado na Horta e em Ponta Delgada, onde foi recebido como um herói. A sua passagem pela ilha do Faial em 1933, entre 21 e 23 de Novembro, inscreve-se no quadro dos estudos preliminares da *Pan American Airways* para estabelecer uma ligação aérea regular entre os Estados Unidos e a Europa.



Figura 5. Charles Augustus Lindbergh no porto da Horta. Fotografia da galeria Goulart, 21-11-1933 (Col. Herdeiros Goulart)

Consciente da janela de oportunidade que estas carreiras aéreas abriam à nascente indústria do turismo nos Açores – tópico muito debatido entre os participantes no I Congresso Açoriano realizado em 1938 (Livro do Primeiro Congresso Açoriano, 1940: 494-542) – a imprensa faialense destacava em primeira página a recepção dispensada na Sociedade Amor da Pátria aos jornalistas americanos que fizeram escala na ilha num dos voos inaugurais, a quem a Associação Comercial da Horta *fez distribuir chapéus e bonés de palha, liliputianas "mulheres de capote" e "homens do Pico", coleções de fotografias, trabalhos em miolo de figueira, crivo, tule bordado a palha, crochet, etc.*[8]. Com efeito, os faialenses aproveitaram da melhor forma a *Pan American Airways* para divulgar as suas tradições locais, solicitando à tripulação do *Yankee Clipper*, no regresso de um *inspection flight* em Abril de 1939, que transportasse uma das mais singulares peças do seu artesanato – o modelo de um veleiro em miolo de figueira (MENEZES, 2015) – para ser oferecida ao presidente Franklin Delano Roosevelt.

As expectativas otimistas que se abriram então nos Açores relativamente ao desenvolvimento das suas potencialidades turísticas, não se confinaram apenas à ilha do Faial, sendo extensivas à Sociedade "Terra Nostra" que, embora sedeada na ilha de São Miguel (DIAS, 2012), procurou tirar partido da escala dos *Clippers* na Horta para atrair turistas americanos ao vale das Furnas, onde construíra de raiz uma unidade hoteleira de traça modernista, inaugurada em Julho de 1935 (CORDEIRO, 2016: 23-36) .



Figura 6. Cartaz publicitário do hotel "Terra Nostra", nas Furnas, onde se releva a existência das atrações turísticas do local; por Manuel António Vasconcelos, autor do projeto arquitectónico, c. 1936 (Col. Particular)

Vale a pena citar a este respeito um ofício da Direção da *Pan American Airways* ao seu Departamento de Relações Públicas, dando conhecimento de uma carta que lhe fora dirigida por Robert Scheiner, jornalista nova iorquino que recentemente visitara os Açores, na qual este solicitava à *Pan*

7 Cf. "Os Palácios Aéreos, ou o futuro dos Açores", *Civilização. Grande Magazine Mensal* Novembro 1928, 32

8 Cf. "A Horta prestou um generoso acolhimento aos jornalistas americanos que se encontravam a bordo do Atlantic Clipper" *O Telégrafo*, 26 Junho 1939, p. 1-4

American facilidades de transporte para o arquipélago. Na referida missiva, com data de 5 de junho de 1939, Scheiner, que se propunha realizar uma reportagem fotográfica para a revista *Life* sobre os Açores, faz esta significativa declaração:

> *"I understand from friends in Ponta Delgada, St. Miguel, Pan American will run a subsidiary line between Horta and St. Miguel. The Terra Nostra corporation in St. Miguel, owners and developers of the recently completed and magnificent hotel and grounds at Furnas, are anxious to attract Americans there (...) Furnas, St. Miguel, has the makings of a second Bermuda and a wondrous health resort. It is endowed by nature and unique with his sulphur waters and springs."*[9]

O estabelecimento de ligações aéreas entre as ilhas do Faial e São Miguel nunca estivera no horizonte da *Pan American*, mas inscrevia-se naturalmente na estratégia da Sociedade "Terra Nostra", cujos corpos diretivos integravam alguns dos fundadores da futura Sociedade Açoriana de Transportes Aéreos, SATA, a qual viria a iniciar a sua atividade operacional em 1947 (DIAS, 1997; PEIXOTO, 2012). O projeto nunca veio a tomar forma, pelo menos tal como os empresários micaelenses o concebiam, mas o seu simples enunciado ilustra bem o impacto que a revolução operada pelos *Clippers* poderia ter tido no turismo insular, consagrando os Açores como uma Bermuda europeia.

Estes e outros sonhos foram rapidamente desfeitos pelo eclodir da II Guerra Mundial em Setembro de 1939 . O conflito na Europa não interrompeu as carreiras transatlânticas da *Pan American* e contribuiu até para o reforço do seu número de escalas na Horta, mas o tipo de passageiros transportado a bordo dos *Clippers* foi evoluindo gradualmente de *touristes* e homens de negócios, para generais, espiões, diplomatas e refugiados, o que emprestou à cidade faialense uma atmosfera de Casablanca transatlântica (RILEY, 2012). A guerra proporcionou muito dinheiro e negócios, nomeadamente à *Pan American* e a alguns membros da elite local, mas as perspetivas de crescimento dos Açores enquanto destino turístico desmoronaram-se como um castelo de cartas embora, sinal dos tempos, a Sociedade "Terra Nostra" não tivesse deixado de tirar partido dessas circunstâncias, como demonstra o facto da Royal Air Force ter firmado em Julho de 1944 um acordo – que naturalmente também envolvia o Governo e as autoridades militares portuguesas – no sentido de transformar o Parque do Hotel das Furnas num *Rest Camp* para os pilotos britânicos estacionados no arquipélago.

As palavras do Air Vice-Marshal Geoffrey Bromet, publicadas na brochura que a RAF distribuía entre estes "turistas acidentais", exprimiam uma realidade com que a Sociedade "Terra Nostra" nunca decerto teria sonhado – o vale das Furnas era agora um *holiday resort* militar:

> "*This descriptive brochure is your introduction to the Island and to your holiday resort. After that Furnas will speak for itself, but for all those who just want a break from the noise and routine of their daily lives, and will be content with modest forms of amusement and exercise in lovely surroundings, there is a winner waiting for them. (...) I hope we shall be able to look back on this venture and claim that no Force overseas ever had a better Rest Camp.*" [10]

Bibliografia

Albergaria, Isabel Soares de. 2000. *Quintas, Jardins e Parques da ilha de São Miguel, 1785-1885*. Lisboa: Quetzal

Baptista, António, ed. 1903. *Álbum Açoriano*. Lisboa: Oliveira & Baptista

Baranowski, Shelley. 2007. "Common ground. Linking transport and tourism history" *The Journal of Transport History* 28-1: 120-124

Barros, Vera Gouveia. 2015. *Turismo em Portugal*. Lisboa: Fundação Manuel dos Santos.

Campos, Alfredo Luiz. 1903. *Memória da Visita Régia à ilha Terceira*. Angra do Heroísmo: Imprensa Municipal

Casaca, Paulo. 1982. "Caminho de ferro em S. Miguel: para uma introdução à história económica micaelense do primeiro período autonómico" *Açoreana* 6-3: 218-260

Cordeiro, Carlos. 2012. "O projecto do Canal do Panamá e as expectativas açorianas". In *Potências Emergentes e Relações Transatlânticas* coord. de Mário Mesquita e Paula Vicente. Lisboa: Fundação Luso-Americana/ Tinta-da-China, 71-80

Cormack, Bill. 1998. "A History of Holidays, 1812-1990". In *The History of Tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel* introduced by Paul Smith, vol. 4. London: Routledge

9 O documento citado pertence ao *Pan American World Airways Inc. Records*, depositado na Universidade de Miami (Otto Richter Library – Special Collections) e os leitores interessados poderão encontrar a sua referência completa em Carlos G. Riley, *The Horta Swell. Crónica de um Natal transatlântico, 1939 D.C.* (Horta: Núcleo Cultural da Horta, 2016), 34.

10 Cf. R. Kenneth Cooke. *The Rest Camp at Furnas in the Island of São Miguel, Azores* (Lagens: RAF Station, 1944), iv. Aproveitamos a oportunidade para agradecer a Guy Warner e a Gordon Leith (Curador e Arquivista do RAF Museum, Hanley, U.K.), que tiveram a gentileza de nos alertar para a existência desta brochura no acervo documental da Royal Air Force.

Costa, Ricardo Madruga da. 2009. *O século dos Dabney: uma perspectiva das relações entre os Açores e os Estados Unidos da América à luz da correspondência consular, 1806-1892*. Ponta Delgada: Universidade dos Açores

Dias, Fátima Sequeira. 1997. *Diário de Navegação*. Ponta Delgada: SATA – Air Açores

Dias, Fátima Sequeira. 2012. "O fomento do Turismo como um projeto regionalista, na ilha de São Miguel na primeira metade do século XX: apontamentos para uma leitura". In *Os Açores a I Guerra Mundial e a República portuguesa no contexto internacional. Atas do Colóquio Internacional*. Angra do Heroísmo: Direção Regional da Cultura, 141-173

Ferreira, José Medeiros. 2008. "José Bruno Carreiro, o Almirante Dunn e o Presidente Wilson: o triângulo que nunca existiu". In *Franklin Roosevelt e os Açores nas duas Guerras Mundiais* coord. de Luís Nuno Rodrigues. Lisboa: Fundação Luso Americana, 61-78

Ferreira, José Medeiros. 2011. *Os Açores na Política Internacional*. Lisboa: Tinta-da-China

Ferreira, Manuel. 1999. *Turismo em S. Miguel: 100 anos*. Ponta Delgada: Câmara Municipal de Ponta Delgada

Fraga, João Carlos. 1990. *Porto da Horta. Faial, Açores. Uma seleção de textos da autoria de velejadores estrangeiros que à Horta aportaram entre 1817 e 1987*. Horta: Núcleo Cultural da Horta.

Goulart, Osório. 1902. *Álbum da Visita Régia à ilha do Fayal: memória narrativa*. Lisboa: Imprensa Nacional

Haeberle, Arminius Titus. 1919. "The Azores: Transatlantic Aviators Halfway House" *National Geographic Magazine*, June: 514-545

Hartüng, Georg. 1860. *Die Azoren Aüsseren Erscheinung und Nach Ihrer Geognostischen Natur, Atlas*. Leipzig: Verlag Von Wilhelm Engelmenn.

Humboldt, Bonpland. 1822. *Personal Narrative of Travels to the Equinoctial Regions of the New Continent During the Years 1799-1804*. Longman, Hurst, Rees, Orme, and Brown.

Keeling, Drew. 1999. "Transatlantic shiping cartels and migration between Europe and America, 1880-1914" *The Journal of Economic & Business Historical Society* 18: 195-213

Lindbergh, Anne Morrow. 1934. "Flying around the North Atlantic" *National Geographic Magazine*, September: 260-337

Livro do Primeiro Congresso Açoriano, que se reuniu em Lisboa de 8 a 15 de Maio de 1938. 1940. Lisboa: Grémio dos Açores

Matos, Ana Cardoso de et. al. 2012. "A Sociedade Propaganda de Portugal e o Congresso de Turismo de 1911". In *Congresso Internacional I República e Republicanismo* coord. de Maria Fernanda Rollo. Lisboa: Assembleia da República, 393-403

Matos, Artur et al. 2008. *História dos Açores. Do descobrimento ao século XX*. 2 vols. Angra do Heroísmo: IAC.

Matos, Rui Manuel Carneiro de Campos. 2016. *A arquitetura do turismo terapêutico. Arquipélago da Madeira e Canárias, quadro histórico, 1800-1914*. Tese de Doutoramento apresentada à Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa.

Martins, Rui Sousa. 2007. *Imagens antropológicas de oitocentos: objectivas subjectivas nos Açores*. In IV Colóquio "O Faial e a Periferia Açoriana nos Séculos XV a XX". Horta: Núcleo Cultural da Horta, 655-698.

Menezes, Luís. 2015. "O modelo em miolo de figueira do *Yankee Clipper* da Pan American Airways" *Atlântida* 60: 494-499

Nugent, Walter. 1995. *Crossings: The Great Transatlantic Migrations, 1870-1914*. Bloomington: Indiana University Press

Ramos, Adília R. C. C. V. 2008. Lazer, Turismo e Termalismo. Inovação e Complementaridade no Turismo de Saúde. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 9:7-18.

Peixoto, Ermelindo. 2012. *SATA: de Sociedade de Estudos a Sociedade Gestora de Participações Sociais: génese e desenvolvimento operacional*. Ponta Delgada: SATA

Riley, Carlos Guilherme. 2013. "A Baleia dos Ares: os *Clippers* da *Pan American* e a cidade da Horta no decurso da II Guerra Mundial". In *O Mar na História, na Estratégia e na Ciência* coord. de Mário Mesquita e Paula Vicente. Lisboa: Fundação Luso-Americana-Tinta-da-China, 85-101

Riley, Carlos Guilherme. 2015. "As Sete Cidades e a Vista do Rei" *Azorean Spirit. SATA Magazine*, Outubro-Dezembro: 68-70

Silva, Susana Serpa. 2010. "Hintze Ribeiro e os Açores". In *Actas do Colóquio Hintze Ribeiro (1849-1907): da Regeneração ao crepúsculo da Monarquia*. Angra do Heroísmo: Direção Regional da Cultura, 185-199

Smith, Richard Kenneth. 1972. *First Across! The U.S. Navy's Transatlantic Flight of 1919*. Annapolis: Naval Institute Press

Sotto-Mayor, Félix. 1899. *Guia do Viajante em S. Miguel – Travellers Guide to St. Michael's*. Ponta Delgada: Evaristo Ferreira Travassos

Telo, António José. 1993. *Os Açores e o controlo do Atlântico, 1898-1948*. Porto-Lisboa: Edições ASA

Webster, John W. 1821. *A Description of the Island of St. Michael comprising an account of its geological structure with remarks on the others Azores or Western Islands*. Boston: Published by R. P. & C. Williams.

Nota Biográfica

Carlos Guilherme Riley

Licenciado em História pela Faculdade de Letras de Lisboa

Doutorado em História Contemporânea pela Universidade dos Açores

Professor auxiliar da Universidade dos Açores (FCHS/DHFA)

Membro integrado do CHAM - Centro de Humanidades / NOVA FCSH UAC

Membro associado do CEIS20. Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX / UC

Isabel Soares de Albergaria

Professora Auxiliar da Universidade dos Açores, atualmente coordenadora do Departamento de Historia, Filosofia e Artes – FCSH.

Licenciada em História-variante de História da Arte (FCSH-UNL,1988), é mestre em História da Arte (FCSH-UNL,1996) e doutorada em Arquitectura (IST-UTL, 2012); membro integrada do CHAM (Centro de Humanidades – FCSH-UNL/UAc) e membro votante do ICOMOS (UNESCO) para o painel Paisagens Culturais. Coordena o projeto Green Gardens – Azores (GreenGA), 2016-2020.ACORES010145FEDER000070. (https://www.otacores.com/greenga/); Co-coordena os projetos "CREATOUR Azores - Turning the Azores into a Creative Tourism Destination", 2018-2020: ACORES-01-0145-FEDER-000127 e "VALORIZAÇÃO E REABILITAÇÃO DAS VINHAS E PAISAGENS VINHATEIRAS DE SANTA MARIA", 2018-2020 (C.M.V.P./Sustain Azores/CHAM-A.), distinguido pelo programa RURITAGE da CE/UNESCO (https://www.ruritage.eu/call2019).

FAUSTO FIGUEIREDO: Visão, Acção & Legado

Cristina Carvalho

Resumo

2016 celebrou não só os 80 anos do *I Congresso Nacional de Turismo*, mas também o centenário sobre o lançamento da 1ª pedra do Casino no Estoril. Contudo, devemos regressar a 1914 quando o jovem empreendedor Fausto Figueiredo vislumbrou uma arrojada estância a materializar ao longo do Vale de Santo António. Intitulada *Estoril – Estância Maritima, Climatica, Thermal e Sportiva*, a proposta mudaria para sempre a percepção da actividade turística em Portugal.

Contra obstáculos (e estranhesas), o projecto driblou adversários e uma refinada, hedonista e glamorosa estância firmaria Portugal no mapa internacional do lazer exclusivo. Acessibilidades, unidades de alojamento e serviços tecnologicamente avançados e arquitetonicamente contemporâneos, além de uma panóplia de actividades lúdicas, desportivas, culturais e sazonais converteriam o Estoril numa jóia (financeira e promocional) que a ditadura de Lisboa não ignorou.

Este estudo empírico começa por apresentar o sonho faustino de 1914. Em seguida recorda as brilhantes atracções da estância, mirando por detrás das luzes as alianças firmadas na década de 1930 pelos gestores com o regime Salazarista e com sociedade similar que desejava obter igual sucesso no desenvolvimento dos Açores.

Aos 56 anos de idade, um maduro Figueiredo participou no pioneiro encontro de 1936, pelo que o 3º capítulo recorda a sua tese (*Organização do Turismo*). Mais do que apenas listar benefícios da actividade, produtos nacionais, entidades envolvidas e legislação publicada, a experiência levava-o a transmitir propostas para melhorar dinâmica e retornos futuros. De um Plano Nacional a um Código de Turismo, de formação pública a maiores esforços de promoção internacional, de produtos emergentes (como Turismo Religioso em Fátima) a equipamentos em falta (um aeroporto), Figueiredo bateu-se por linhas orientadores que o próprio e mentes similares defendiam havia décadas. E o Tempo deu-lhe/deu-lhes razão.

Palavras-chave: Congresso Nacional de Turismo, Estoril, Fausto Figueiredo, História do Turismo, 1936

Abstract

2016 celebrated not only the 80 years after Portugal's *I National Congress of Tourism* but also the centenary over the laying of Estoril's Casino 1st stone. However, one must return to 1914, when the young entrepreneur Fausto Figueiredo envisioned a daring resort to be materialised across Saint Anthony's Valley. Entitled *Estoril – Maritime, Climatic, Thermal and Sporting Resort*, this proposition was to forever change the understanding of the tourist activity in Portugal.

Against all odds (and oddities), the project dribbled opponents and an upscale, hedonist, glamourous resort set Portugal on the international map of secluded leisure. Technologically advanced and architecturally updated accessabilities, logding units, thermal venue and services, besides a multitude of leisure, sporting, cultural and seasonal activitities turned Estoril into a (financial and promotional) jewel that Lisbon's dictatorship was not to overlook.

This empirical study starts by presenting Figueiredo's 1914 dream. Then it recalls the glittering resort's attractions, also peeping behind the stage lights to refer the alliances sealed in the 1930s by its managers and Salazar's regime and with a kindred society that longed to develop a similar success in Azores.

At the age of 56, a seasoned Figueiredo participated in the pioneering 1936 meeting, and our 3rd section recalls his thesis (*Tourism Organisation*). More than just listing the activity's benefits, national products, entitities involved and legislation published, experience led him to convey propositions to improve future dynamics and returns. From a National Plan to a Tourist Code, from public education to greater international promotion, from emerging products (like Religious Tourism in Fátima) to equipments lacking (an airport), Figueiredo stood his ground on guidelines he and minds alike defended for decades. And Time would prove him/them right.

Keywords: Estoril, Fausto Figueiredo, History of Tourism, National Congress of Tourism, 1936

Introdução

Em 2016 celebraram-se duas efemérides turísticas: o centenário do lançamento da 1ª pedra do Casino no Estoril (1916) e os 80 anos do *I Congresso Nacional de Turismo* (CNT) (1936). Fausto Figueiredo foi denominador comum enquanto fundador da estância Estoril e um dos impulsionadores do encontro científico. Esboçando este artigo à visão, acção e legado do empresário multifacetado, começamos por recordar o projecto faustino; o 2º capítulo abordará as atracções erigidas no *resort* e as alianças plurais firmadas na década de 1930; no 3º reveremos a tese defendida no CNT, bem como os desideratos concretizados nas décadas seguintes.

Antes desta análise, cumpre recordar a presença regular e sazonal de D. Luís I e restante família real em Cascais, a partir de 1870, assistindo-se à instalação precária da Côrte no discreto burgo de pescadores. Cedo a Vila testemunharia a edificação de *chalets* de gosto estético diverso, cuja memória desta transmutação socio-estética é hoje preservada na *Rota Arquitectura de Veraneio* há poucos anos criada pela autarquia.



Figura 1. Logótipo da Rota Arquitectura de Veraneio, na Avenida Valbom. (Colecção da Autora)

A c.1,5km o então Pinhal da Andreza seria urbanizado por vultos como José Andrade Torrezão, Carlos Anjos e o Conde de Mozer (como honra a toponímia), dando azo ao termo jocoso *Pirosos* com que o monarca Carlos

I catalogaria uma certa família Pires e os demais *wanna bes* que tentavam colar-se à elite governativa em pleno lazer estival. Em 1910 o já designado de Monte Estoril era uma vibrante localidade de residências delineadas por jovens arquitectos, hotéis cosmopolitas frequentados por nacionais e estrangeiros, casinos de vasta oferta lúdica e espaços desportivos como *courts* de ténis. Este desenvolvimento sustentou-se em três factores de atractividade: a pitoresca localização oceânica, a construção da Linha-férrea Lisboa-Cascais e o microclima que médicos europeus começavam a propôr aos pacientes. Foi este último trunfo que conduziu os recém-casados Fausto Figueiredo e Clotilde Ferreira do Amaral a residir numa encosta virada ao benévolo Vale de Santo António, a conselho de especialista pulmonar suiço à noiva. (Carvalho, 2016: 71)

1. O projecto faustino de 1914

Astuto e controverso, Fausto Figueiredo era formado em Farmácia e a inserção numa das mais influentes famílias não aristocráticas do seu tempo permitiu-lhe frequentar palcos privilegiados a nível social, empresarial, lúdico, entre outros. Pragmático e viajado, Figueiredo depressa observou no vale sito no sopé da residência (*Chalet* Pinhal Manso) um diamante em bruto passível de ser lapidado em estância planeada de raíz e de direccionar a Portugal receitas que as elites (nacional e internacionais) despendiam em congéneres europeias como Nice, Biarritz, Deauville ou Ostende; além disso, a empresa a que se propunha renovaria a imagem do país no panorama mundial do início de século. A 20 de Maio de 1914, Figueiredo apresentou ao governo o projecto *Estoril – Estação Marítima, Climaterica, Thermal e Sportiva*, nele descrevendo a beleza primordial do trecho costeiro que se propunha a refinar:

> *O Estoril é como uma mulher prodigiosamente bella a quem só falta o artifício das convenções estheticas da moda para enlouquecer e seduzir os homens. No dia em que se tiver transformado n'este sentido … teremos, emfim, no nosso paiz …, o rendez-vous do turismo universal[.] … Ora esse dia não vem longe. (Estoril, 1914: s/p)*

Nas últimas 3 décadas, tanto o empresário como o projecto têm merecido a atenção de estudiosos do território cascalense e da história do Turismo como José D'Encarnação, Raquel Henriques da Silva, Maria da Graça Biz, entre outros mais recentes como João Aníbal Henriques, João Miguel Henriques e até a autora deste artigo. Assim, limitamo-nos a resumir intentos listados na 'certidão de nascimento' do Estoril, cujo pinhal foi parcialmente desbastado para se erguerem termas renovadas, hotéis, casino, parque, campo de Golfe e espaços para desportos variados. A arrojada aposta seria, em 2010, comparada por erudito (também interveniente político), o qual classificou o Estoril como "uma iniciativa pioneira que só viria a ser aplicada, 50 anos depois, com o projecto de Vilamoura no Algarve". (Cunha, 2010: 135)

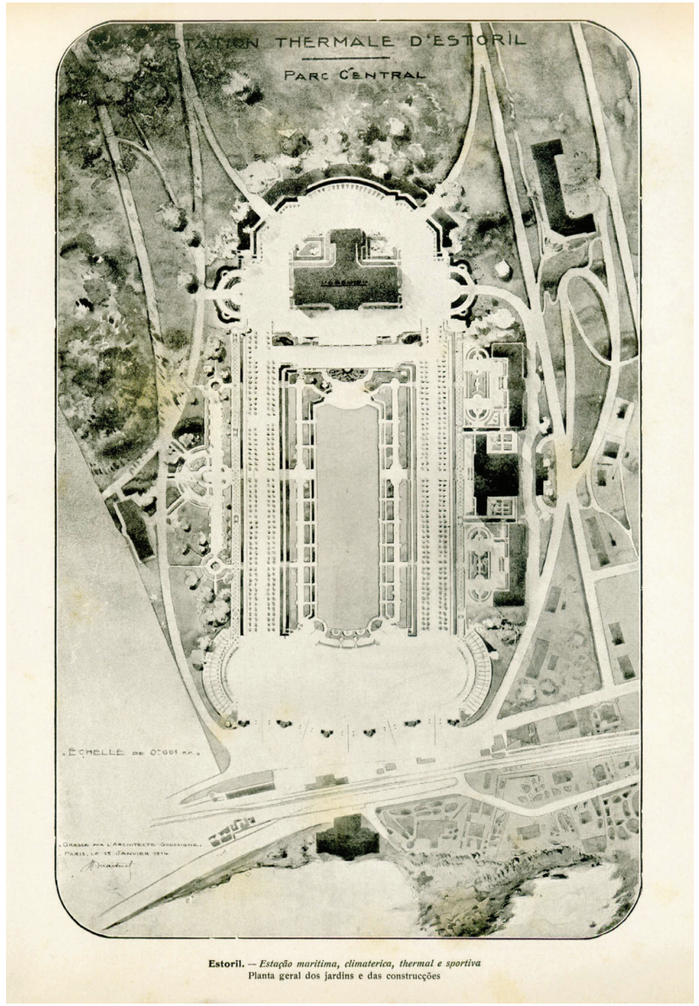


Figura 2. Plano do projecto faustino de 1914. (Biblioteca Celestino Domingues)

Em 2016 celebrou-se o centenário do lançamento da 1ª pedra do Casino no Estoril, mas a aceitação do Jogo nem sempre foi, como hoje, unânime. O binómio vício-lucro pautou a Europa desde meados de Oitocentos, sendo a prática suprimida em 1906 pelo ministro Hintze Ribeiro (Anjos, 2012:

83). A brochura da estância Estoril integrava um casino cuja vocação se assemelhava a um centro cultural, desportivo e lúdico por abranger espaços para exposições artísticas e representações teatrais, salas de bilhar, esgrima e dança, além de salão para festas. O texto descritivo defendia ainda a regulamentação do Jogo do ponto de vista fiscal por nele ver um bálsamo para o frágil Erário republicano se se levasse em conta a utilidade do Jogo, tal como Feifer recorda ter este sido vital para o Mónaco re-afirmar a sua identidade no contexto europeu de finais de 1800. (Feifer, 1986: 206)

A 16 de Janeiro de 1916 decorreu a cerimónia agraciada pela presença do Presidente Bernardino Machado, conforme pode ler-se em periódicos da época. Em 2011, uma exposição organizada no Espaço Memória dos Exílios facultou ao visitante o rara possibilidade de admirar umas das caixas que continham cápsula e auto de lançamento da 1ª pedra assinado pelos ilustres presentes (Carvalho e Henriques, 2011: 50). A 3 de Dezembro de 1927 a Lei n.º14:643 regulamentou os Jogos de Fortuna e Azar e, em Junho seguinte, a Sociedade *Estoril-Plage* (SEP) assinou com o Estado a concessão que lhe facultou o monopólio da prática legal, durante 50 anos, na estância sita nas franjas atlânticas da capital. Provisoriamente instalada no Casino Internacional do Monte Estoril, cujo director era Joaquim Nunes Ereira, sócio de Armando Vilar, a concessão obtida e a parceria forçada entre agentes turísticos vizinhos punha à prova colaborações até então improváveis.

Em meados de Agosto de 1931 o colosso de Raoul Jourde de gosto *Art Déco* seria inaugurado no Estoril. A celeuma do Jogo mantinha-se irredutível no dealbar dos Anos 30, daí a SEP publicitar nos *Media* coevos anúncios sobre a inauguração onde se lia ainda a frase "Festa a favor da Associação Nacional aos Tuberculosos" (*Diário de Lisboa*, 15 Agosto 1931: 4), "numa manobra subtil para aplacar os que apelidavam de antros de degradação moral" espaços de convívio social com esta designação (Anjos, 2012: 86). Em 1936, o britânico John Gibbons publicou relato de viagem onde admitiu que, maugrado opiniões adversas, o Estoril não era "a wicked place" (Gibbons, 1936: 32), como comprovara a estada de Lloyd George em 1934 e a não existência de suicídios, assaltos fabulosos ou escândalos sumarentos derivados do Jogo. Em Novembro de 2016 foi inaugurada a exposição *85 Anos Casino Estoril 1931-2016*, iniciativa da actual concessionária, a Sociedade Estoril-Sol, re-afirmando-se o vigor da aposta d'antanho na roleta na estância centenária.



Figura 3. Convite da Sociedade Estoril-Sol para exposição evocativa 1931-2016. (Colecção da Autora)

2. As atracções da estância Estoril & alianças firmadas nos Anos 30

É prática corrente identificar-se o Estoril com o homem que o sonhou, mas nada seria efectivado, renovado, mantido, promovido sem o firmar de pragmáticas alianças (harmoniosas e impensáveis). Estando por realizar um estudo dedicado aos intervenientes directos das sociedades fundadora, gestora e promotora da estância, a autora não podia deixar de resgatar nomes como Augusto Carreira de Sousa, Guilherme Cardim, Armando Vilar, Joaquim Ereira, Armando Marques Guedes, António Centeno, entre tantos outros, que foram a firme rampa de apoio ao lançamento do projecto faustino rumo à posteridade. Se a brochura de 1914 implicou a formação da Sociedade Estoril (SE) para aquisição de terrenos entre Cascais e Sintra e a obtenção da concessão da Linha-férrea Lisboa-Cascais, a electrificação da última obrigou à fragmentação da SE no dealbar dos Anos 20. Assim, a parceria com a *Société Financière de Bruxelles* impôs a re-definição da SE enquanto gestora do ramal ferroviário e a criação da Sociedade Estoril-*Plage* (SEP) como gestora da estância, apoiada na sua promoção pela Sociedade de Propaganda da Costa do Sol (SPCS). A última era subsidiária da Sociedade de Propaganda de Portugal e a delegação nos *Estoris* fora anunciada em finais de 1927.

O sucesso do empreendimento e a necessidade de renovação de equipamentos face à concorrência de demais estâncias europeias levaria a que, em 1934, o decreto-lei n.º23:472 de 19 de Janeiro firmasse a colaboração

entre a SEP e o regime salazarista. Entre as alíneas do acordo o Estado reconhecia que "o Estoril é a base em que possivelmente por muito tempo assentará o turismo em Portugal." Dois anos passados, "Ciente do proveitoso (embora dispendioso) trabalho realizado pela SEP havia já duas décadas, no ano de 1936 a experiência acumulada seria resgatada pelo Estado Novo para criação da estância de Jogo, nos Açores" (Anjos, 2012: 158). Demorados contactos estabelecidos entre a SEP e a Sociedade *Terra Nostra* de São Miguel evidenciavam intuitos hoteleiros, de Jogo, informação e promoção turísticas. Em simultâneo a estas aproximações institucionais, elementos de SE e SEP posicionavam-se em cargos de orgãos vitais como Câmara Corporativa, Assembleia Nacional ou União Hoteleira de Portugal, fazendo valer a voz do Estoril em distintas frentes de acção.

Quanto à atractividade da estância, não olvidemos o fácil acesso derivado da Linha de Cascais e da composição do *Sud-Express* que, desde 1931, ali entregava turistas centro-europeus. Mas importantes foram ainda o menú de propostas desportivas, culturais, lúdicas, sazonais e cosmopolitas (em vislumbres tão fúteis como desfiles de Moda no Casino e *maillots* na praia do Tamariz) e a eficaz promoção pulverizada entre Imprensa escrita, relatos de viagem, guias turíticos, acolhimentos *in loco* de personalidades e encontros científicos, além de intervenções radiofónicas. A título de exemplo recorde-se a novela de Henrique Galvão *O Velo d'Oiro* (1931) ou a obra de John Gibbons atrás nomeada.



Figura 4. Postal da estância Estoril e seus predicados. (Colecção da Autora)

3. A tese defendida no CNT & desideratos concretizados

Iniciamos este capítulo com a definição de Turismo que Fausto Figueiredo resgatou de Le Roux durante a comunicação ao *I Congresso Nacional de Turismo* de 1936. Assim:

> *(…) [O] turismo na sua verdadeira significação e conforme o definiu Hugues Le Roux, não é um passatempo de abastados, nem um desporto, nem apenas uma indústria ou um comércio, porque é o país completamente desenvolvido nos seus interêsses económicos, animado na sua vida regional, conservado nas suas tradições, engrandecido na sua hospitalidade, embelezado nas suas regiões pitorescas, numa palavra, valorizado em todas as suas riquezas materiais, morais, intelectuais e artísticas. (Figueiredo, 1936: 9)*

Na intervenção *Organização do Turismo*, o experiente orador de 56 anos resgatou os benefícios do Turismo e o relatório do Banco de Portugal de 1934 (que, doravante, integraria a actividade nas suas considerações), listou atracções nacionais, aflorou entidades centrais e locais, e legislação. Porém, o cerne da tese era um conjunto de propostas a concretizar, muitas das quais ecoariam vezes sem conta durante o CNT pela voz de outros participantes. Da panóplia de sugestões, destacamos (*Ibid*.: 9-12):

1) Figueiredo era apologista de distintas categorias hoteleiras, mas revelava-se irredutível nas questões transversais de higiene e limpeza (recorde-se a sua formação como farmacêutico) – nos Anos 40 o férreo Secretariado de Propaganda Nacional lançaria a *Cartilha da Hospedagem* (1941), a *Campanha do Bom Gosto na Hotelaria* (1943) e as *Brigadas Hoteleiras*;

2) Desde o *Congresso de Hotelaria* de 1917 que o orador defendia a criação de um curso hoteleiro estatal – apenas concretizado nos Anos 50 com a publicação do *1º Estatuto das Escolas Profissionais da Indústria Hoteleira* (1957), do qual brotou a Escola de Hotelaria de Lisboa (1958);

3) Lisboa precisava de um aeroporto de alcance internacional, tal como as estâncias hidrológicas necessitavam melhor promoção e todos os locais de lazer mereciam actividades de animação constante – Cabo Ruivo manteve-se como posto de amaragem de transportes aéreos até à inauguração da Portela em 1942; quanto às outras ideias, ainda há muito por fazer em pleno ano de 2017;

4) Católico, Fausto Figueiredo referiu ser Fátima um pólo religioso que despontava, mas cujas potencialidades eram imensas – ao leitor contemporâneo menos atento esta pode soar a ideia profética, mas face à comoção europeia de então esse *crescendo* seria favorecido pela eclosão da Guerra Civil de Espanha em Julho desse ano, com as peregrinações de lusos e refugiados vizinhos à Cova da Iria (o que politicamente foi aproveitado pelo regime salazarista, note-se);

5) Urgia a criação de um comissariado dependente da Presidência do Conselho (como se verificava na Suíça, em França e Itália) – no último dia de 1936 seria publicado novo Código Administrativo, o qual distribuiu "competências entre o SPN e o Ministério do Interior (...) [o que] acabou por redundar num gravoso *bicefalismo* orgânico das tutelas central e local do turismo". (Pina, 1988: 91)

O mais admirável desiderato anunciado por Figueiredo foi a formulação de um inédito Plano Nacional de Turismo, com linhas oficiais de enquadramento para privados que contemplasse (Figueiredo, 1936: 11-12):

1) Ensino hoteleiro, além de habilitações e especialização para guias-intérpretes – o último caso muito nos diz pela formação basilar e percurso profissional, bem como pela infeliz desregulamentação da actividade de 2012;

2) A delimitação das zonas de turismo e remodelação das comissões devidas – mal ele imaginava que em 2008 o *seu* Estoril seria obliterado com a extinção da Junta de Turismo homónima;

3) A propaganda (termo coevo) do país na Europa e a simplificação de entradas em fronteiras e gares – realidades diárias que, desde os Anos 90, se simplificaram graças à hegemonia da *Internet* e à criação do Espaço Schengen.

Figueiredo cria que as receitas cobradas pelo Estado via impostos lançados sobre os agentes turísticos (*stakeholders* em linguagem técnica) deviam ser aplicadas em melhoramentos no sector (até como definia a lei do Jogo de 1927) e não para suprir orçamentos deficitários de autarquias e juntas de freguesia. Nos Anos 80 esse ensejo materializar-se-ia no resgate da sustentabilidade da então Costa do Estoril através do projecto de saneamento e estações de tratamentos de esgotos domésticos (SANEST) e, mais recentemente, para a criação de espaços como a *Casa das Histórias de Paula Rego* (2009), entre outros. Quanto ao *Plano Nacional de Turismo*, ele seria organizado por Licínio Cunha (presidente da Junta de Turismo estorilista e Secretário de Estado do Turismo em fases distintas nos Anos 70 e 80) entre 1984 e 1986, nascendo na senda da adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE) e aos fundos estruturais inerentes aos quadros comunitários consecutivos.



Figura 5. Banquete oficial do I CNT, no Casino Estoril (note-se a data).
(Biblioteca Celestino Domingues)

Conclusão

Fausto Figueiredo faleceu em 1950 aos 70 anos de idade, dedicando as últimas décadas à administração da sua paixão de menino: os caminhos-de-ferro portugueses. Em 1951, aquando da trasladação dos restos mortais para o cemitério do Estoril, o amigo Augusto de Castro leria elegia onde recordava:

> *Quantas vezes passeámos juntos (...) com a planta do futuro Estoril na mão! O seu gesto iluminava-se, o seu olhar ardia, traçando no ar o desenho da urbe que ele sonhava – e que, rua a rua, paisagem por paisagem, ele já via surgir do solo. (...) Esta foi a cidade de Fausto Figueiredo. Chamei-lhe um dia o Príncipe Reinante do Estoril. Aqui ele*

> *tem a sua memória. Aqui fundou um reino, teve uma côrte e deixou uma dinastia. (Castro, 1951: 6-7)*

Vinte anos passados uma estátua em bronze da autoria de Leopoldo de Almeida seria descerrada no Parque do Casino, em 1971. O legado de Figueiredo não se resume às sementes por si lançadas em 1914 em terreno físico e mental fértil, pese embora logo em 1939 o francês Jacques de Lacretelle admitia já o renome do Estoril ao escrever que "ce nom a mieux servi le tourisme au Portugal que vingt monuments" (Lacretelle, 1939: 79). Nas décadas de 1940 a 1960 o *resort* faustino testemunhou exílios reais derivados da Segunda Guerra Mundial, o enlace matrimonial da princesa Pilar de Espanha, festas do *Jet Set* internacional (como as do anfitrião Antenor Patiño cujos convivas oscilavam entre a aristocracia do Velho Mundo e o estrelato de Hollywood).

Em 1986, aquando da celebração dos 75 Anos do Turismo em Portugal, José D'Encarnação lançou um repto aos demais investigadores na comunicação intitulada *Para uma História do Turismo do Estoril*. Além de várias publicações suas e de eruditos mencionados, também a autora deste artigo debruçou-se sobre o tema na tese de doutoramento *O Turismo do Eixo Costeiro Estoril-Cascais (1929-1939): Equipamentos, Eventos e Promoção do Destino* (2012) e organizou o seminário *Os 100 Anos do Projecto Estoril: 1914-2014*. Coordenado em colaboração com João Miguel Henriques (Chefe de Divisão dos Arquivos da Câmara Municipal de Cascais), o evento homenageou Figueiredo e estância, além de celebrar o 23º aniversário da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) e os 650 anos do município de Cascais; as actas digitais foram publicadas em Abril de 2016.

Em 2015 a mesma instituição de ensino superior politécnico acolheu o *4th International Research Forum on Guided Tours* (IRFGT 2015) onde, além de visita pedonal, foi apresentada comunicação integrada nas actas do encontro, num artigo designado *Butler's Destination Life Cycle Model applied to Estoril: Proposition of a Walking tour*. Se com o ocaso dos Anos 60 a decadência se instalou no destino por motivos de natureza política e social, em meados dos *80s* iniciar-se-ia a 6ª fase do Modelo de Butler, a da *Regeneração* (Carvalho, 2015: 93), à qual não foram alheios os fundos comunitários resultantes da entrada de Portugal na CEE, canalizados para projectos distintos no âmbito do *Plano Nacional de Turismo* de Licínio Cunha. Este resgate da imagem do Estoril verificou-se com inaugurações como o Centro de Congressos (2001) e o *Wellness Centre* (2010), ou até com a assunção à Liga Europa de Futebol do grupo desportivo local, o Estoril Praia.

Em Junho de 2016 a ESHTE lançou o *Muvitur – Museu Virtual do Turismo*, iniciativa pioneira que, uma vez mais, teve o Estoril como berço; em Setembro, o Espaço Memória dos Exílios acolheu a nossa palestra-seminário por ocasião do que seria o 136º aniversário de Figueiredo (na qual participaram familiares como o orador e bisneto Francisco Braga, membro da direcção do clube indicado). Considerando a acção de muitos que, sob a batuta da visão faustina, nos legaram o Estoril nas perspectivas turística, histórica e territorial, a autora reitera posição assumida há uns anos ao perguntar às esferas celestes: para quando o Museu do Turismo no Estoril, sediado no edifício modernista dos Telefones? (Carvalho, 2019)

Por ora vislumbra-se a elaboração de um documentário sobre o homenageado neste artigo, mas esperamos que as iniciativas pontuais sejam, em breve, coroadas com Museu condigno que orgulhe o Estoril e Portugal.

Bibliografia

Anjos, Maria Cristina de Carvalho dos. *O Turismo do Eixo Costeiro Estoril-Cascais (1929-1939): Equipamentos, Eventos e Promoção do Destino* (Tese de Doutoramento não publicada). Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 2012.

Castro, Augusto de. *Fausto de Figueiredo – Discurso pronunciado em 16 de Setembro de 1951 por ocasião da Trasladação do seu corpo para o Cemitério do Estoril*. Lisboa: Tipografia da Empresa Nacional de Publicidade, 1951.

Carvalho, António e João Miguel Henriques (coords.). *O Estoril e as Origens do Turismo em Portugal/Estoril and the Origins of Tourism in Portugal*. Trad. L&I Comunicaçao Ldª. Cascais: Câmara Municipal de Cascais, 2011.

Carvalho, Cristina. *O Turismo no Estoril dos Anos 30: Modernidade, Glamour e Propaganda*. Lisboa: Editora Chiado, 2019.

___. "Butler's Destination Life Cycle Model applied to Estoril: Proposition of a Walking tour." In *IRFGT 2015 – Abstracts & Selected Papers E-book 4th International Research Forum on Guided Tours Estoril, Portugal 18th-21st March 2015*, 79-99. Coord. Miguel Brito e Margarida Soares. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, 2015.

___. "O Mercado Britânico & os Deleites Turísticos no Estoril dos Anos 30." In *Os 100 Anos do Projecto Estoril: 1914-2014*, 66-83. Coord. Cristina Carvalho e João Miguel Henriques. Cascais: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e Câmara Municipal de Cascais, 2016.

Cunha, Licínio. "A República e a Afirmação do Turismo", in *Viajar – Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no Tempo da I República*, 129-138. Coord. Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República. Lisboa: Centenário da República 1910-2010 e Turismo de Portugal, 2010.

Decreto-lei n.º23:472 de 19 de Janeiro de 1934.

Diário de Lisboa – 1931.

Estoril – Estação Maritima, Climaterica, Thermal e Sportiva. Lisboa: Typografia A Editora Limitada, 1914.

Feifer, Maxine. *Tourism in History: From Imperial Rome to the Present*. New York: Stein and Dey, 1986.

Figueiredo, Fausto. "Organização do Turismo", in *I Congresso Nacional de* Turismo, I Secção, Teses. Lisboa: I Congresso Nacional de Turismo, 1936.

Gibbons, John. *Playtime in Portugal: An Unconventional Guide to the Algarves*. London: Methuen & Co. Ltd, 1936.

Lacretelle, Jacques de. *Quinze Jours au Portugal*. Paris: Librairie Gallimard, 1939.

Lei n.º14:643 de 3 de Dezembro de 1927.

Pina, Paulo. *Portugal: O Turismo no Século XX*. Lisboa: Lucidus Publicações Ltd e Paulo Pina, 1998.

Nota Biográfica

Cristina Carvalho (cristina.carvalho@eshte.pt) é doutorada em História, mestre em Estudos Ingleses, licenciada em Informação Turística e bacharel em Guias-Intérpretes Nacionais. Há quase duas décadas que lecciona na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, tendo assumido cargos como a coordenação da ESHTEinternacional e da área científica de Línguas Estrangeiras, bem como a direcção do curso de licenciatura em Informação Turística.

A autora tem artigos publicados a nível nacional e internacional em áreas de investigação, desde a História do Turismo ao Turismo Cultural, ou da História do Lazer a *Tour Guiding*.

Em 2019, publicou *O Turismo no Estoril dos Anos 30: Modernidade, Glamour e Propaganda*.

TURISMO, PATRIMÓNIO E IDENTIDADES

Fado, pastéis de bacalhau e Douro: relações entre identidade, património e turismo no filme *A Gaiola Dourada*

Ana Luísa Pires

Resumo

A Gaiola Dourada, filme de Ruben Alves estreado nas salas de cinema francesas em abril de 2013 e quatro meses depois nas portuguesas, tornou-se um dos maiores sucessos de bilheteira desse ano, tanto em França, onde esteve 22 semanas consecutivas em exibição, como em Portugal, onde se tornou o filme mais visto do ano de 2013. Centrado na história de um casal de emigrantes portugueses em França, e realizado por um lusodescendente a residir naquele país, o filme apresenta num tom quase sempre humorístico um retrato de uma certa emigração portuguesa, no qual vão desfilando diversos estereótipos relacionados com a identidade e cultura portuguesas. Apesar de parcialmente assente em ideias pré-concebidas daquilo que se entende como identidade portuguesa, o filme procura mostrar igualmente uma imagem de modernidade associada a diversos elementos reconhecidos como património mundial (casos do fado e da paisagem do Douro), e que têm vindo a ser utilizados a nível institucional como forma de promoção do país enquanto destino turístico. Neste artigo pretendemos analisar a forma como questões relacionadas com a identidade e cultura portuguesas são apresentadas no filme e quais os impactos provocados no turismo pelo recurso à exploração de aspetos associados ao património cultural português.

Palavras-chave: Identidade, Património, Turismo

Abstract

Ruben Alves's film *The Gilded Cage* premiered in French movie theaters in April 2013 and four months later in Portugal, and became one of the biggest box office hits of the year, both in France, where it was screened for 22 consecutive weeks, and in Portugal, where it became the most viewed film of 2013. Focusing on the history of a couple of Portuguese immigrants in France and directed by a Portuguese descendant residing in that country, the film displays various stereotypes related to Portuguese identity and culture. Although partly based on preconceived ideas of what is understood as Portuguese identity, the film also seeks to show an image of modernity associated with several elements recognized as World Heritage by UNESCO (such as fado and the landscape of the Douro region), which have been used at institutional level as a way of promoting the country as a tourist destination. In this paper we intend to analyze how issues related to Portuguese identity and culture are presented in the film and the impacts on tourism resulting from the exploration of aspects associated with Portuguese cultural heritage.

Keywords: Identity, Heritage, Tourism

La Cage Dorée, título original da obra que marca a estreia cinematográfica do luso-francês Ruben Alves enquanto realizador e argumentista, é um filme francês, falado maioritariamente em língua francesa e filmado quase na totalidade em França (país onde aliás se desenrola a maior parte do enredo do filme), mas conta uma história profundamente portuguesa (diria mesmo que é um filme francês, mas com alma portuguesa). Centrado na história de um casal de emigrantes portugueses a residir em França há mais de 30 anos -Maria e José Ribeiro, ela porteira, ele trabalhador da construção civil -o filme apresenta num tom quase sempre humorístico um retrato de uma certa emigração portuguesa, no qual vão desfilando diversos estereótipos relacionados com a identidade e cultura do país de origem como o futebol, o fado, a religião, a gastronomia e o sentimento de saudade.

Em França, o filme estreou a 24 de abril de 2013 e manteve-se em exibição durante 22 semanas (Portugal através do Mundo 2014). O sucesso que o filme alcançou nas salas de cinema francesas foi notável, tendo sido apenas ultrapassado pelo blockbuster americano *Iron Man 3* (Santos 2013). A estreia nas salas de cinema portuguesas aconteceu apenas a 1 de agosto do mesmo ano, uma estratégia de marketing bem calculada por parte da distribuidora portuguesa para fazer coincidir a exibição do filme com a presença no país de milhares de emigrantes portugueses (a trabalhar em França ou noutros países), e que fez de *A Gaiola Dourada* um sucesso de bilheteira. O filme de Ruben Alves foi o mais visto de 2013 e o 7º filme mais visto em Portugal desde 2004 (Instituto do Cinema e do Audiovisual 2016). Além de França e Portugal, o filme foi exibido também em salas de cinema da Suíça, Bélgica, Luxemburgo, Alemanha, Hungria, Brasil, Israel, Nova Zelândia, Espanha, EUA e Canadá (*Internet Movie Database* 2013).

O facto de ter sido muito bem recebido pelo público, atingindo números surpreendentes de espectadores para uma produção europeia de pequena/média dimensão, e de ter inclusivamente ganho diversos prémios[1], não evitou que surgissem por parte de alguns críticos de cinema e jornalistas, apreciações menos positivas relativamente ao filme, sobretudo pela forma como este parece contribuir para reforçar ideias pré-concebidas acerca dos emigrantes portugueses em França[2]. Confrontado com esta crítica na maioria das entrevistas que deu na altura da estreia do filme, Ruben Alves argumentou que os clichés que apresenta no filme correspondem à realidade que ele conhece enquanto filho de emigrantes portugueses em França, e que aquilo que pretendeu com o filme foi homenagear esses

1 O filme foi nomeado na categoria Melhor Primeira Obra nos Prémios César de 2014 e ganhou o Prémio do Público nos Prémios do Cinema Europeu em 2013 (*Internet Movie Database* 2013).

2 Cf. Rosa (2013) e Cardoso (2013).

emigrantes e dá-los a conhecer aos franceses, recorrendo ao género de comédia:

> *Aquilo é a verdade, tratada numa forma de comédia, claro. Os clichés são verdadeiros. Sublinhei esses clichés? Sim, se calhar. Mas mostrei-os para o público, sobretudo o francês, ir além de isso, para se interessar, para ir descobrir quem são os portugueses. (...) O meu filme, de ficção, não era sobre os portugueses em geral, era sobre uma família de emigrantes portugueses, trabalhadores, nos bairros chiques de Paris. A partir dessa história, queria falar na importância dos valores da família, da vida... Isso é que era o mais importante. E, sim, queria homenagear essas pessoas (Dias 2015).*

No próprio filme, o realizador parece antecipar estas críticas através de uma personagem por ele interpretada – a de Miguel, ex-namorado de Paula, filha do casal Ribeiro. Miguel é humorista e no final do espectáculo que tem em cena acerca de Portugal e dos portugueses, Paula diz-lhe, em tom crítico, que apesar de os espectadores terem gostado bastante, ela achou aquilo a que assistiu demasiado caricatural. A resposta de Miguel, curta e incisiva, poderia bem ser a resposta de Ruben Alves aos críticos do filme: "A isso se chama humor". Este pequeno apontamento introduz no filme uma questão importante acerca do género em que este se enquadra e daquilo que apresenta em termos de narrativa e personagens dentro desse mesmo género de comédia. Como afirma Elsa Lechner acerca do uso da caricatura no filme: "A comédia oferece um olhar por dentro dos clichés e tenta ultrapassá-los pelo exercício auto-reflexivo e caricatural que impõe" (2013, 2). Neste sentido, o filme de Ruben Alves pode contribuir para uma reflexão acerca dos estereótipos associados à emigração portuguesa. O exercício de caricatura bem-humorada que atravessa o filme pode ser analisado no sentido de uma tomada de consciência mais crítica relativamente à identidade e cidadania dos emigrantes portugueses, que no filme são apresentados como abnegados, submissos e quase invisíveis no seu relacionamento laboral com os patrões franceses, mas também ao nível da sua identidade cultural enquanto portugueses. Convém sublinhar que no filme são igualmente apresentadas de forma caricatural alguma indiferença e desconhecimento dos franceses relativamente à cultura portuguesa (vejam-se as gaffes que a Madame Caillaux comete quando vai jantar a casa dos Ribeiro- utiliza a expressão espanhola "buenas noches", julgando estar a falar português; troca o nome de Salazar pelo do General Alcazar, personagem de banda desenhada e refere-se à revolução dos cravos como "revolução das túlipas"). Este desconhecimento poderá esconder uma crítica aos patrões franceses por não se interessarem pela comunidade portuguesa, querendo apenas tirar proveito das suas qualidades enquanto trabalhadores dedicados e subservientes. Como se vê no filme, ainda que as qualidades de Maria e José Ribeiro enquanto trabalhadores sejam reconhecidas pelos patrões, elas só são devidamente valorizadas quando surge a possibilidade de estes deixarem os seus empregos para regressarem a Portugal. Por outro lado este retrato caricatural poderá também implicar uma crítica aos próprios emigrantes portugueses. Com a sua forma discreta e submissa de estar perante os franceses, tanto no contexto laboral como no contexto social (guardando alguma exuberância enquanto portugueses para quando estão entre si), os emigrantes portugueses quase se anulam perante os franceses, contribuindo para a perpetuação dos estereótipos e da submissão social. Durante o jantar que Maria Ribeiro prepara para a família Caillaux é possível observar esta necessidade de aceitação através de um processo simultâneo de omissão da cultura portuguesa e de mimetização de uma suposta classe média francesa (veja-se a mudança na decoração da casa, na forma de falar e na roupa que vestem para receber os Caillaux). Também a opção de servir um prato com influência da *nouvelle cuisine* em vez de um prato português poderá estar associada a uma certa estigmatização identitária por parte dos próprios emigrantes portugueses.

Do desconhecimento generalizado relativamente a Portugal entre os franceses retratados no filme salvam-se a gastronomia e o vinho do Porto – dois aspetos que todos parecem conhecer e apreciar. De entre as personagens francesas surge como exceção Charles Caillaux, namorado de Paula Ribeiro, de uma geração mais jovem, e que por estar numa relação com uma portuguesa faz questão de querer saber mais acerca de Portugal, começando até a ter aulas de Português.

Em termos de enredo, o filme centra-se nos conflitos gerados pela dialética cultural experienciada pelos emigrantes portugueses, e o próprio filme espelha essa dialética. Todo o filme, começando na autoria e realização, passando pelo elenco, narrativa e línguas utilizadas, e incluindo a banda sonora, tem por base e reproduz a permanente busca de equilíbrio e definição entre as culturas portuguesa e francesa em que vivem os emigrantes portugueses em França.

Decorrente da bipolaridade cultural provocada pelo fenómeno da emigração, surgem no filme outros conflitos que têm a ver com as relações distintas que as duas gerações da família Ribeiro têm com Portugal. O casal

Ribeiro pode ser visto como um modelo de sucesso entre a primeira geração de emigrantes portugueses do processo de reterritorialização e adaptação ao país de acolhimento (Velez de Castro 2015, 356). Acontece que no caso de Maria e José o desenvolvimento de relações de pertença com o local de emigração se torna de tal modo profundo que quando finalmente surge a possibilidade de regressar a Portugal, a opção recai na multiterritorialidade (divisão entre o território de França e o território de Portugal), mas seguindo uma opção inversa àquela que era mais comum observar entre os emigrantes portugueses da sua geração (Velez de Castro 2015, 356). Assim, enquanto os pais decidem permanecer em França com o filho mais novo, a filha mais velha vem para Portugal com o namorado francês tomar conta da quinta da família. Esta inversão resulta de uma série de mudanças sociais e económicas que permitiram, por exemplo, que Paula Ribeiro tivesse acesso ao ensino superior, ao contrário dos pais, tornando-se assim apta para gerir as exportações de vinho produzido na quinta herdada pela família. Enquanto o irmão parece completamente adaptado à cultura francesa, nem sequer colocando a hipótese de regressar a Portugal, Paula tem uma relação complexa e até complexada, como o namorado afirma, com a sua identidade portuguesa. Representante da geração de luso-descendentes já nascidos ou criados em França (à qual o realizador também pertence), Paula já não se sente ligada aos elementos identitários da geração dos pais. Essa complexidade em termos de identificação surge no filme de forma mais visível quando o namorado francês leva Paula a uma casa de fados em Paris. Apesar de haver uma série de elementos tradicionais naquele cenário – o ambiente, a comida, o fado de Amália que é interpretado, há também alguns elementos mais contemporâneos, como a diversidade do público, que é maioritariamente jovem, assim como a própria intérprete. Essa mistura de elementos tradicionais e contemporâneos visíveis na casa de fados espelha de certo modo a forma como Paula se identifica com Portugal (e a perceção dessa circunstância por parte de Paula talvez explique em parte o facto de esta se emocionar tanto ao ouvir o fado): detentora outras referências culturais e identitárias, não deixa de sentir tão portuguesa quanto os pais. Ao incluir este género musical no filme associando-o às duas gerações de emigrantes, o realizador aponta para uma renovação do fado, que se adaptou e conquistou novos públicos. O reconhecimento do fado como Património Imaterial da Humanidade em 2011 acrescentou multiculturalidade e contemporaneidade a este género musical. Para além da gastronomia e das paisagens, o fado é também e cada vez mais um fator de promoção da cultura portuguesa no estrangeiro. Um anúncio recente de um concerto de Mariza, uma das fadistas da nova geração, no Canadá, comprova isso mesmo, sublinhando ainda a ligação entre tradição e contemporaneidade:

> *With her vibrant, soulful voice, and graceful, commanding presence, Mariza is the undisputed queen of the Portuguese art form, fado. Steeped in the yearning sounds of the tavernas of Lisbon, Mariza's music expands beyond borders to create a modern and contemporary sound, all the while keeping her roots grounded in her native country* (Chan Centre, 2016).[3]

Mudanças profundas a nível socioeconómico ocorridas em Portugal fizeram não só com que as duas gerações de emigrantes apresentadas no filme se relacionassem de forma diferente com o país, mas também com que este se tornasse um território mais competitivo e atrativo no estrangeiro, quer em termos de negócios (sobretudo através do aumento de exportações de produtos endógenos como o vinho do Porto), quer como destino turístico. No que à região do Douro diz respeito, uma das consequências do reconhecimento em 2001 como Património da Humanidade na categoria de Paisagem Cultural-pela UNESCO, foi o aumento da procura por parte de turistas nacionais e estrangeiros, acompanhada do aumento de oferta de produtos turísticos diferenciadores e de qualidade. Atualmente, a seguir à produção de vinho o turismo é uma das principais fontes de riqueza da região (Sousa 2013). No final do filme, vemos os Ribeiro a regressar a Portugal, à sua quinta no Douro, para passar férias. Na quinta recebem convidados portugueses e franceses, num ambiente de descontração e confraternização à roda de uma mesa farta, acompanhada de bom vinho e bailarico no final. Quando todos se juntam como que para tirar um retrato de família e dizem em uníssono "C'est ça que c'est bon!" / "Isto é que é bom!", estão claramente a convidar os espetadores para visitarem Portugal, onde poderão encontrar paisagens, comida e pessoas fantásticas. No que diz respeito à influência direta do filme no número de turistas na região do Douro no ano de 2013, António Martinho, presidente em gestão da Turismo do Douro (entretanto extinta e inserida no Turismo do Porto e Norte de Portugal), apontou para um aumento de turistas franceses no território o que, na sua opinião, poderá estar associado ao filme "Gaiola Dourada" (Porto Canal 2013). Embora o filme tenha integrado o destino turístico Douro e alguns produtos portugueses de forma bem-sucedida no enredo, promovendo-os entre os seus espetadores, de acordo

3 Com a sua voz vibrante, com alma, e a sua presença graciosa e impressionante, Mariza é a rainha indiscutível da expressão musical portuguesa que é o fado. Marcada pelos lamentos de saudade das tabernas de Lisboa, a música de Mariza expande-se além-fronteiras para criar um som moderno e contemporâneo, mantendo as suas raízes no seu país natal (tradução minha).

com Carvalho e Sousa (2016) poderia ter havido um aproveitamento mais eficaz por parte de organizações nacionais de promoção turística:

> *A sociedade portuguesa, os seus costumes, a cultura, a língua, a história, a gastronomia e o destino turístico Portugal são retratados com algum detalhe, no entanto, o filme conseguiu a integração do destino no enredo, algo que deveria ter sido percebido pelas organizações nacionais de promoção turística para promover Portugal, especialmente a região do Douro, pelo recurso ao branded entertainment (23).*

Embora o filme não tenha recebido apoios diretos por parte de organizações públicas portuguesas ligadas à promoção de Portugal enquanto destino turístico, houve duas empresas privadas da região do Douro, a Douro Azul e a Graham's, que patrocinaram diretamente o filme, tendo ajudado na promoção do destino turístico Douro, em troca da divulgação dos seus produtos através do filme. O DVD do filme inclui um filme promocional da Douro Azul em língua inglesa, enquanto a Graham's, que aparece no filme através do vinho do Porto que as personagens bebem e é igualmente a proprietária da Quinta dos Malvedos, o cenário das cenas do Douro, divulgou a sua participação no filme no *site* da empresa[4].

Conclusão

Quer se olhe para a representação dos emigrantes portugueses no filme como uma caricatura vazia de sentido, visando o riso fácil, ou por outro lado, como forma de ir além dessa caricatura, obrigando a uma reflexão acerca da mesma, a verdade é que "A Gaiola Dourada" se tornou um dos raros filmes com projeção internacional a apresentar no grande ecrã aquilo que para muitos portugueses (sobretudo para aqueles a viver no estrangeiro) significam a identidade e cultura portuguesas. Diversos símbolos da cultura popular portuguesa são apresentados no filme, embora o maior destaque vá para os produtos associados à gastronomia e bebidas. Em termos de divulgação de Portugal enquanto destino turístico, ainda que sem envolvimento direto por parte de entidades oficiais associadas à promoção turística, o filme apresenta o cenário da Quinta da família Ribeiro na região do Douro através de magníficas cenas panorâmicas que poderiam ser incluídas num filme promocional da região e que poderão ter estado por detrás do aumento do número de turistas franceses na região no ano de 2013.

4 Cf. https://blog.grahams-port.com/2013/08/01/french-film-partially-filmed-at-malvedos-premieres-today-in-portugal/ e https://blog.grahams-port.com/2012/07/27/malvedos-hosts-filming-for-la-cage-doree/.

Bibliografia

Cardoso, Miguel Esteves. 2013. "Um filme que não é". *Público*, 8 setembro.

Carvalho, Susan, e Sousa, Alcina. 2016. "Marketing do destino Portugal através do filme *A Gaiola Dourada* de Rúben Alves". *Tourism and Hospitality International Journal*, Vol. 7, nº 1 (2016): 11-26.

Chan Centre. "Chan Centre presents Mariza". Consultado a 31 outubro, 2016. http://chancentre.com/events/mariza/.

Dias, Ana Sousa. 2015. "A minha mãe juntava a família em Paris. À mesa era um caos sempre". *Diário de Notícias*, 12. agosto. Consultado a 9 outubro, 2016. http://www.dn.pt/portugal/interior/ruben-alves-a-minha-mae-juntava-a-familia-em-paris-a-mesa-era-um--caos-sempre-4725603.html.

Instituto do Cinema e do Audiovisual. 2016. "Newsletter Novembo 2016". Consultado a 9 outubro, 2016. Ranking_dos_filmes_mais _vistos_2004_2016_5307589815841841b3ccc4.

Internet Movie Database. 2013. *A Gaiola Dourada*. Consultado a 9 outubro, 2016. http://www.imdb.com/title/tt2261749.

Lechner, Elsa. 2013. "Imaginar a emancipação: emigrantes portuguesas na *Gaiola Dourada* de Ruben Alves". Comunicação apresentada no Encontro Mundial de mulheres da diáspora, Lisboa, Portugal, 24 -25 outubro.

Porto Canal. 2013. *Douro mantém "boa procura" de turistas neste verão*. Consultado a 9 outubro, 2016. http://portocanal.sapo.pt/noticia/5203/.

Rosa, Irina. 2013. "Lá por ser dourada não deixa de ser uma gaiola". *Expresso*, 8 agosto. Consultado a 9 outubro, 2016. http://tinyurl.com/kbp3fs2.

Santos, Inês Moreira. 2013.*" A Gaiola Dourada*: é tradição portuguesa, com certeza".

Consultado a 9 outubro, 2016. https://espalhafactos.com/2013/08/01/a-gaiola-dourada-e-tradicao-portuguesa-com-certeza/.

Sousa, Carlos Alberto Fernandes. 2013. "Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, após a classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO". Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal.Consultado a 9 outubro, 2016. https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/8772/1/Dissert-MGO_%20Alto%20Douro%20Vinhateiro_vfinal-carlos%20sousa_2013.pdf.

Sucesso de "A Gaiola Dourada" 2013.Consultado a 9 outubro, 2016. http://portugal-mundo.blogspot.pt/2014/06/sucesso-de-gaiola-dourada-de-ruben.html.

Velez de Castro, Fátima. 2016. "*Home is where your heart is.* Experiências familiares de pertença geográfica e de resiliência territorial". Revista CEM - Cultura, Espaço e Memória, nº6 :345 - 358.

Filmografia

La Cage Dorée. 2013. Realizado por Ruben Alves. França.

Nota Biográfica

Ana Luísa Pires é doutorada em Literatura pelo Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro. É professora de Línguas Estrangeiras (Inglês e Alemão) no Instituto Politécnico de Leiria desde 2000. É Language Editor da revista EJTHR – European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation. Atualmente, desenvolve investigação na área dos estudos culturais É investigadora Integrada no CiTUR (Centro de Investigação Aplicada em Turismo), do Instituto Politécnico de Leiria.

TURISMO, PATRIMÓNIO E IDENTIDADES

Em busca da *Freira Gulosa*

Ricardo Ferreira de Almeida

Resumo

Na periferia de Vila Real fica situada a aldeia de Vila Nova. Aí um doce tradicional é rei, simulando um guardanapo que resguarda uma merenda a que se outorga o nome de "pito". Atribui-se a origem desta guloseima à doçaria conventual e diz-se comummente neste espaço cultural que teria sido idealizada por uma freira natural desta localidade, Maria Ermelinda Correia, onde, anualmente por altura do dia 13 de Dezembro, se celebra a festa religiosa a que inúmeros forasteiros acorrem para, entre outras coisas, provar o "Pito de Santa Luzia". Estimulados pela presença de narrativas locais que asseguram a sua existência no tempo e seus feitos gastronómicos, encetamos uma pesquisa que teve como objectivo perscrutar estas crenças.

Palavras-chave: Doçaria tradicional, Cultura Popular, Gastronomia, Etnografia Transmontana

Abstract

On the outskirts of Vila Real lies the village of Vila Nova. There a traditional sweet is king, simulating a napkin that protects a snack that gives the name of "pito". The origin of this delicacy is attributed to the conventual confectionery and it is commonly said in this cultural space that would have been idealized by a natural nun of this locality, Maria Ermelinda Correia, where, every year by December 13th, the religious festival is celebrated that countless strangers come to taste the "Pito de Santa Luzia". Encouraged by the presence of local narratives that ensure their existence in time and their gastronomic achievements, we started a research that had as objective to examine these beliefs.

Keywords: Traditional Food, Popular Culture, Gastronomy, Ethnography

Algumas notas sobre a festa

Tem sido curiosa a recente altercação sobre a confecção e composição deste doce, apresentando-se muitas vezes desvinculado do sentido histórico das práticas tradicionais, aferidas sob o ponto de vista dos usos e costumes dispostos na memória social, e que confrontam com os exercícios gastronómicos adulteradores produzidos por algumas pastelarias locais, com as opções municipais, legitimadoras desta aberração mediante abono em eventos oficiais, atributo de prestígio, como a novel "Festa do Pito", por exemplo, para não falar na divulgação preocupante e desacertada em contextos de promoção turística regional, como o campeonato do mundo de carros de turismo (WTCC) ou a proximidade com o Douro, património da Unesco, que servem para reforçar e reproduzir o equívoco.

Há memória do culto a Santa Luzia em vários templos da malha urbana de Vila Real desde o século XVII, e na sua periferia, em Penelas, junto à desactivada linha ferroviária do Corgo, com vestígios de uma antiga igreja onde se assistia à missa e partilhava a merenda trazida de casa na ocasião, mas actualmente, apenas o Vale da Ermida[1] rivaliza com Vila Nova nos festejos. Este é um culto profano-religioso inserido numa estrutura de rituais pejados de referências à fertilidade que, evocadas de modo obsceno, e que o Pito é sinal evidente, pontuam a prodigalidade ritualista do nordeste transmontano e seu ciclo de Inverno que só na Quarta-Feira de Cinzas, após o Enterro do Entrudo que abre as portas à Senhora Quaresma, se encerra. Convivem neste espaço cultural comportamentos paradoxais, de intenso fervor religioso patente nos múltiplos beijos dados à reprodução da santa, na utilização das suas fitas ornamentais para limpeza da vista e passagem pela zona frontal da cabeça, e de licenciosidade na linguagem, através do recurso a alegorias que se referem implicitamente ao órgão sexual da santa, a sua genitália ou "pito" na linguagem popular, convertidos na conhecida guloseima, e sua vinculação à "gancha" de São Brás. Em outras localidades, como Guimarães, são vendidos o "sardão" e a "passarinha", acepipes moldados em massa de centeio ou trigo e cobertos com açúcar e, tal como em Vila Real, existe uma troca de presentes entre pares de namorados: ele dá o "sardão", o pénis simbólico, e ela retribui com a "passarinha", a vagina, o "pito", momentos de dádiva e contra dádiva que reforçam a tendência para oferecer bens alimentares a santos, já reportada por Leite de Vasconcelos (1985: 494): nos Açores, as promessas eram feitas em massa de cevada, com ovos, açúcar e leite, representando partes do corpo ou animais; as ofertas a Santo Amaro e a São João eram prontas em pão doce ou massa de açúcar, simulando também partes do corpo; em Portel, ofereciam-se fogaças a São Brás, executadas em massa sovada, açúcar e sal e cozidas no forno; já para não falar do Santoro[2], que se compunha em Vila Real até há bem pouco tempo.

1 Os locais asseguram que *"a santa foi roubada por Folhadela e atirada ao um poço e quem viu isso a acontecer, foi jurado de morte se revelasse o seu paradeiro"*, efeito das desavenças na partilha de dinheiro. Actualmente, existe nesta aldeia a Igreja de Santa Luzia, ao redor da qual se faz a festa. Os locais fazem o "pito" com *"abóbora porqueira"* e oferecem-no aos familiares.

Maria Ermelinda Correia e as freiras nas bocas do povo

Encontra-se disseminada pela região noção que a origem do doce é conventual, gizado pela mão de Maria Ermelinda Correia, que recorreu à abóbora, localmente apelidada de "calondro", canela e açúcar para fazer o recheio, e à farinha de trigo para fazer a massa. Certamente seria cozinhada ao lume animado por lenha, e as narrações são bastante homogéneas[3], repisadas pelas entidades oficiais, como a autarquia local e instituições regionais de promoção turística, além dos populares. A principal qualificação vilã do carácter da freira expressa a sua gulodice descomedida, punida pelos pais com enclausuramento monástico; todavia, a regra não lhe apagou a labareda do pecado e os pensamentos perversos perseguiram-na constantemente, ao ponto de congeminar a confecção de um doce durante o processo assistencial a enfermos dos olhos. Uma inspiração súbita acometeu-a, forçando-a a largar o seu trabalho e, em segredo, realizar a empreitada gastronómica, intensificando o comportamento pecaminoso: a gula juntava-se à luxúria. Para piorar a situação de culpa, mentiu à madre superiora, cega, justificando o desfecho da sua acção transgressora, a ingestão encapotada das iguarias concebidas pela calada, com o pretexto moral da impossibilidade da constatação do pecado por parte da capitania: a freira infringiu a regra, satisfazendo-se às escondidas, evento que projecta alguns laivos de despudor e uma certa sexualidade implícita. Maria Ermelinda Correia não faria jus ao seu cognome de Imaculada de Jesus, pois a mácula continuava a ser o seu sinal distintivo, perpetuando-se como lenda: do pecado surge a satisfação sensual que viola o jejum, *"meio caminho andado para alcançar a protecção divina"* (Fernandes e Oliveira,

2 O "santoro" é um doce confeccionado com farinha, açúcar, gemas de ovos e fermento, pelo menos na região de Vila Real, por altura dos Fiéis Defuntos e dia de Todos os Santos. Depois de cozido, era pincelado com calda de fruta.

3 Com mais ou menos pormenores, as bocas afirmam que "*os pitos de Santa Luzia foram inventados por Ermelinda Correia, que veio a ser mais tarde a Irmã Imaculada de Jesus, natural de Vila Nova em Folhadela"*, o *web site* "Espigueiro", afirma o mesmo e atesta que a gulodice é uma das suas características menos abonatórias, *"defeito que levou a família a pedir a graça da clausura na esperança de lho transformar em virtude"*, e atribui-lhe uma subtileza inspiradora: *"A ainda Ermelinda, aspirante a irmã Imaculada de Jesus, tendo ouvido a história do Milagre das Rosas, a orar a Santa Luzia teve uma visão que lhe aplacou a alma num milagre de doces esperanças"*. Já no *web site* da agência "Douro Alliance", informa-se que "*o pito de Santa Luzia é um pastel "grosseiro, de massa de cor amarela esbranquiçada e o seu formato faz lembrar uma trouxa, com recheio de abóbora e canela"*, particularidades explicadas pela proprietária de uma pastelaria local: *"quase todos os doces conventuais são ricos e finos, mas o pito, pelo contrário, não é. É feito com massa churra"*, certificando que a sua inventora foi mesmo Maria Ermelinda Correia.

2004: 58) entre as clarissas do Convento de Guimarães, que ditaram a regra do Convento de Santa Clara de Vila Real. Seriam assim tão levianas as freiras vila-realenses, a exemplo do comportamento dissoluto das ordens religiosas, anotado desde a Idade Média, por autores como Gil Vicente, por exemplo? Os factos reportam-se a 1718 e são descritos, mais de cem anos depois, por Jerónimo da Cunha Pimentel em dois folhetins do *"Districto de Vila Real"*, de 17 e 21 de Julho de 1885, relatando a rebelião movida pelas freiras mais novas que lutavam contra a disciplina claustral, contrariando a posição das abadessas e freiras mais idosas. As freiras novas, auxiliadas pelos seus protectores que permaneciam extramuros, pressionaram a sua saída durante a madrugada, gerando uma enorme agitação popular na urbe. O episódio complicou-se com o envio de uma força militar, obrigando a fuga dos conspiradores, deste conflito resultou a prisão do abade da Cumieira, e as cabecilhas do motim foram degradadas para Braga: estava oficialmente declarada a licenciosidade conventual e o jejum monástico parecia ser uma anedota, em contradição com a pressão social neste século para que as ordens religiosas exibissem comportamentos adequados ao seu estatuto social, normativa ratificada pelo Concílio de Trento que pregava a *"reforma da disciplina eclesiástica e também definir o dogma católico em face das afirmações protestantes"* (Duroselle, 1988: 120).

A confecção do doce e os seus ingredientes

A abóbora pertence à família das curcubitáceas, originárias do continente americano, e apresenta alguma multiplicidade morfológica; é rica em potássio, magnésio e ferro e tem baixo teor em calorias, apesar de oferecer um cariz adocicado particular. Foi introduzida na Europa no século XVI. Quanto à canela, é uma especiaria originária de países tropicais a que gregos e romanos já recorriam, citada na bíblia, no Cântico dos Cânticos; à sua implantação em força no território não deve ser estranho o monopólio comercial português conseguido após a descoberta do Ceilão por Lourenço de Almeida e sua ocupação por Lopo Soares de Albergaria, no início do século XVI, catapultando economicamente o país no espaço mundial. Já o açúcar pode ter sido inserido na península ibérica com os árabes, mas apenas entra em força na dieta portuguesa com a introdução e plantação da cana do açúcar da Madeira. Por fim, Barros Ferreira (1995) informa a presença do trigo na dieta conventual das clarissas, desde 1738 até à data da extinção da ordem na cidade transmontana. Os ingredientes estão reunidos e acrescentavam-se a outros que, pelo menos em Guimarães, contradiziam a suposta frugalidade das refeições conventuais: Fernandes e Oliveira (2004: 61) anunciam uma variada dieta de cereais, hortaliças, leguminosas, carne, peixe, frutos, óleos, entre outros, que ajuízam o desafogo contrastante com o resto da população mais modesta e Gonçalves Ferreira (1990: 184) esclarece que a doçaria *"sempre esteve dependente de hábitos de consumo das antigas classes da nobreza e alto clero, associando-se muitas vezes a estes os recolhimentos religiosos femininos abastados"*. Quanto às memórias escritas sobre a confecção do doce, Maria de Lourdes Torres Pereira propõe elementos estranhos às práticas locais, introduzindo no seu receituário a banha, a margarina, o açúcar pilé, o açúcar inglês e o óleo para fritar, indicando o recheio de doce de ovos "ou o tradicional" (Torres Pereira, 1992: 137), diz que se devem "fritar em bastante óleo" (idem: 137), e apelida o doce de "pinto". Já Juvenal Cardápio (1995), um pseudónimo, reconta a conhecida história da Irmã Imaculada de Jesus, acerta no preceito, mas não refere qualquer fonte documental. Ou seja, em 1992 já se depara com uma distorção do formulário popular do doce que, na actualidade, se lhe pretende sobrepor ao colocar em prática a proposta de Torres Pereira: fritar o produto e acrescentar-lhe a estrambólica massa folhada.

O Convento de Santa Clara em Vila Real e a busca por Maria Ermelinda Correia

Segundo Pinho Leal, que cita a *"Descripção da Província de Trás-os-Montes"* de Columbano Ribeiro de Castro, em 1796 o concelho transmontano possuiria 31.987 habitantes dos quais *"33 freiras, 7 senhoras seculares, 31 recolhidas, 54 frades, 416 eclesiásticos seculares"* (Pinho Leal, 2006: 930). O mesmo autor diz-nos que à data da dissolvência do convento de Santa Clara[4] vivia nele apenas uma freira, sendo o edifício aproveitado posteriormente para albergue das *Recolhidas de Nossa Senhora das Dores*, na mesma data, ordem fundada em 1737 e com espaço na Rua Avelino Patena, em Vila Real. Às *Recolhidas* o bispo de Braga determinou que adoptassem a regra carmelitana, vivessem com votos simples, não ultrapassassem o número de 33 religiosas nem tão pouco esperassem que a sua instituição se viesse a converter um dia em convento. D. Maria, em troca de um pedido de ampliação das instalações, ordenou a captação de duas mestras que ensinariam gratuitamente as meninas pobres da vila ou as pensionistas que quisessem educar-se no recolhimento.

4 Fundado em Vila Real por Jerónimo Rodrigues, cónego em Guimarães, e a primeira pedra lançada a 9 de Março de 1602, reinava D. Filipe II de Portugal e III de Castela. As religiosas, que ultrapassavam a meia centena, guardavam a regra do Convento de Santa Clara de Guimarães e de Amarante, praticavam a clausura e veneravam anualmente o seu orago, a Nossa Senhora do Amparo; foi desmembrado em 1855, após a dissolução das ordens religiosas no século XIX obrigada pelo decreto de 28 de Maio de 1834 de Joaquim António de Aguiar, "Mata-Frades".

Para elaborarmos o processo de pesquisa foi importante proceder à delimitação temporal da existência física da freira gulosa, uma vez que a pressuposta Maria Ermelinda Correia teria de ter nascido, pelo menos, até 1845, facto que levantaria a hipótese de ingressar na regra religiosa com 10 anos de idade e continuado a sua obra gastronómica noutro lugar. Se recuarmos dez anos, até à data limite de 1835, a freira teria sido admitida com 20 anos de idade, atrasando sucessivamente os anos para satisfazer o principal fito metodológico orientador da pesquisa: recordamos que o Convento de Santa Clara foi desmembrado em 1855. Como tal, procuramos certidões de baptismos ocorridos na freguesia de Folhadela, balizados pelas datas de 1700 e 1855, uma vez que as indicações populares, umas mais declaradas que outras, apontam para a sua existência entre o século XVIII e o século XIX. Encontramos um conjunto de dados em livros bastante deteriorados e de difícil leitura, onde o nome próprio Maria e o apelido Correia surgem: inicia-se a contagem com uma Maria Correia, filha de Francisco Rodrigues Correia e Ana Joaquina (apelido imperceptível), de Vila Nova, baptizada a 4 de Maio de 1798, passa por uma Maria, *"filha natural"* de Maria do Carmo, de São João de Lobrigos, baptizada a 15 de Maio de 1837, e terminam estas cinco inscrições com uma Maria, filha de Carlos Alves de Macedo, *"exposto na roda do Porto"* e de Ana Maria Alves Correia, baptizada a 17 de Fevereiro de 1841. Estes aparecimentos ocorreram todos em Vila Nova até ao ano considerado e as nascidas possuíam, pelo menos, um apelido Correia na família. Deparamo-nos com outras dezasseis que não nasceram em Vila Nova mas detinham o mesmo cognome paterno, como uma Maria, filha de Manuel Correia, de Sabroso, baptizada a 15 de Dezembro de 1704, a primeira, e Maria, filha de Manuel Correia e Rosa Teixeira, de Sabroso, nascida a 11 de Maio de 1795, a última. De seguida, elegemos outra estratégia: consultar os registos de óbitos ocorridos entre os séculos XVIII e XX na freguesia de São Dinis, área onde estava inserido o Convento de Santa Clara, alargando ainda mais o espectro da pesquisa e considerando que, caso se encontrasse um averbamento deste teor, teríamos de certificar o seu registo de baptismo para apurar a sua veracidade e agregação ao indivíduo em causa. Desta forma, conferimos os passamentos ocorridos desde 1700[5], considerando o limite do nascimento durante todo o século XVIII, a 1906, procurando uma Maria Ermelinda Correia. Encontramos três casos: Maria Correia, viúva de José Luís Oliveira, da Fonte Nova, falecida no dia 13 de Julho de 1818; Maria Correia, solteira, que *"faleceu de moléstia constipação"*, com *"setenta e tantos anos"*, a 17 de Novembro de 1843; Ermelinda, filha de Carlos Correia Marinho e Maria Júlia do Nascimento, falecida com dezasseis meses de idade, a 24 de Julho de 1868.

Acabam aqui os óbitos de indivíduos do sexo feminino sepultados na freguesia de São Dinis e cuja designação incluía os nomes próprios e apelidos em questão. Regista-se o falecimento de uma Mariana Correia "solteira", a 17 de Maio de 1757, mas não possui o nome próprio que procuramos, pelo que é descartada e a sua convocação a este texto surge apenas como curiosidade. Como se observa, a primeira e a última não podem ser: uma era casada e outra faleceu prematuramente, apesar de ser a única que ostenta o nome próprio de Ermelinda, ao contrário de todas as outras. Quanto à segunda, que expirou com setenta anos, não dispomos de provas documentais que atestem, directa, objectivamente e com argumentos irrefutáveis, tratar-se da freira gulosa. Continuando o mesmo exercício sem alguma prova documental que confirme as nossas hipóteses e procedendo a uma mera operação contabilística, considerando que, se esta Maria Correia morresse com um limite máximo de 79 anos de idade teria de ter nascido em 1764 e se morresse com um limite máximo de 71 anos de idade, teria de nascer em 1772. Assim, dos resultados de nascimento ocorridos na freguesia de Folhadela que coincidem com o registo de óbito de Maria Correia, solteira, que *"faleceu de moléstia constipação"*, com setenta e tantos anos, a 17 de Novembro de 1843 na freguesia de S. Dinis, nenhum deles inscreve um nascimento ou baptismo em Vila Nova, nenhum apresenta o nome próprio Ermelinda, apesar de ostentarem o título de Maria e o apelido Correia. Considerando o espaço temporal relativo ao registo de São Dinis a que nos estamos reportar, sem qualquer verificação documental nem pretensão de afirmar taxativamente que será uma delas a freira gulosa que procuramos, todas apresentam um registo aproximado das datas em questão. A emaranhar ainda mais a trama, Filipe Costa menciona uma estratégia singular utilizada pelas freiras para protelar a obrigatória evacuação do edifício religioso e manter a ordem viva decorrente do decreto de Joaquim António de Aguiar, nomeadamente, *«dando os nomes das irmãs idosas a noviças – que, contra a lei, continuam a admitir – conseguindo a sobrevivência da sua casa»* (Costa, 2006: 20). Se isto, por ventura, aconteceu, dificulta todo o processo de investigação e nós não possuímos meios para deslindar o mistério. Quem souber e puder, que o resolva e apresente as provas da sua existência.

5 O livro de registo de óbitos inicia-se em 1683 e vai até 1704. Consideramos a data de 1700 em diante, uma vez que testávamos a informação que assegurava que Maria Ermelinda Correia teria vivido entre os séculos XVIII e XIX.

A demografia portuguesa e o caso de Vila Real

Falecer aos setenta anos de idade não seria muito comum durante os séculos XVIII e XIX, balizas temporais consideradas na metodologia de pesquisa que tomaram por base as convicções populares relativas ao objecto. Como tal, um dado que não pode ser encoberto é o da esperança média de vida, tornando-se necessário olhar para a dinâmica demográfica da altura e abono material em que viviam as freiras, para discutir este assunto. Em Portugal, esta realidade foi singelamente abordada no século XVIII pelo médico Ribeiro Sanches, interessado nos aglomerados humanos, pelo censo de 1771, que procura *"detectar o volume da população portuguesa, através da prática fundada no levantamento de baptismos, casamentos e óbitos"* (Sousa, 1995: 44), e por Pina Manique, que registou cerca de 3 milhões de portugueses no seu censo, como todos os erros metodológicos e amostrais. Todavia, apenas em 1864 se faz o primeiro recenseamento moderno[6], o que leva Gonçalves Ferreira (1990: 177) a afirmar que se conhece *"muito mal o estado sanitário da população durante todo o período que vem dos Descobrimentos até aos meados do século XIX, mas sabe-se que não melhorou"* em relação a períodos transactos, apontando que a duração média da vida das pessoas se situaria entre os 30 e os 35 anos. Em todo o caso, em 1732 existiriam mais de dois milhões de habitantes em Portugal, considerando os erros de amostragem explicados por Jorge Arroteia (1984: 15), crescimento explicado pelo aumento de nupcialidade para suprir a população entretanto perdida, pelo recuo da mortalidade, pelo progresso técnico em domínios como a medicina, agricultura, indústria, entre outros, pelos fluxos migratórios e consequente aumento da esperança média de vida, distante do modelo demográfico do Antigo Regime, que se caracterizou pelo crescimento moderado da população, pelas quebras de crescimento motivadas por crises de mortalidade e de subsistência. Relativamente à realidade geográfica que estamos a interrogar, não temos informações sobre o indicador demográfico em questão. Apenas sabemos, com o recenseamento de 1801, que o país contabiliza 2.931.393 habitantes, contribuindo a província de Trás-os-Montes com 262.161 efectivos, número que aumenta para 267.750 residentes vinte anos mais tarde.

Em suma, ela existiu?

Apesar de circular a ideia que Maria Ermelinda Correia inventou o doce, nasceu em Vila Nova e viveu em Vila Real *"provavelmente entre os séculos XVIII e XIX"*, não encontramos nenhuma prova factual que comprove a sua existência, durabilidade, ocupação e feitos gastronómicos. No entanto, reconstituímos razoavelmente as dinâmicas sociais locais e o estilo de vida praticado no Convento de Santa Clara em Vila Real, pelo menos até à data da sua extinção, assim como nos apercebemos da presença de uma narrativa mitológica regional comprometida com as práticas sociais que agrupam os atributos dos santos e encerram, nas presumidas atitudes da freira gulosa e nas reacções dos locais quando o assunto se torna tema de conversa, modelos de comportamento surgentes numa estação particular do calendário agrário e religioso: Santa Clara e Santa Luzia associam-se à luz imaculada, à virgindade, ao martírio, à penitência e à compaixão, mas a freira gulosa pecou, mentiu e encobriu da alçada de um superior, desprovido do sentido da visão, o resultado gastronómico que a satisfez às escondidas. Além disso, a vinculação local de Santa Luzia a São Brás reforça o aspecto do comprazimento íntimo do acto sexual patente nas realizações secretas da freira gulosa, envolvendo as duas hagiografias numa relação comunicacional estribada no coito dissimulado e sugerido pela população com suficiente sordidez durante o período invernal. Desta vez a cópula não se circunscreve ao espaço privado e fora da comunidade, mas projecta-se como manifestação colectiva exibida no falatório jocoso. E como o que se pretende é exibir a estrutura, procura impor-se a coacção à conduta, acto violento que implica uma interacção social de confronto, de avaliação ética e de consequente punição.

Tal como sustentavam Foucault (1976, 1984, 1994) e Bourdieu (1990), a forma privilegiada de controlar a sexualidade faz-se pelo incentivo ao discurso, mobilizando-o por intermédio de aparelhagens idóneas com capacidade de moldagem e inserção sistémica dos comportamentos individuais. Assim, o corpo transforma-se num objecto de conhecimento e controlo, produzindo em seu redor formas institucionais que lhe dizem respeito e que suscitam a discursividade especializada. Já Elias (2006: 624) associa a transformação social, o incremento de modelos de civilidade e a crescente regulação dos comportamentos à complexificação da vida social e construção de cadeias de interdependência cada vez mais alargadas, congruentes com o surgimento de mecanismos de repressão progressivamente especializados, o que conduz a que essa pressão social se reproduza nas práticas individuais de auto-domínio e intimidade, coincidentes com a implantação da ideia de individualismo, com a segregação entre classes e, no caso que estudamos, com a mobilidade social e posicionamento relativo da freira gulosa no conjunto da hierarquia social. E é isto que a fábu-

6 Foi o I Recenseamento Nacional. A contagem de população inicia-se com o Rol dos Besteiros de D. João I, em 1422.

la da freira gulosa ensina: a distinção social e o comportamento pautado por padrões de civilidade concretos que os próprios ingredientes do doce transmitem.

Como explica Jean-Louis Flandrin (2009: 269) *"na França, assim como nos outros países da Europa, o uso das especiarias orientais havia sido um dos principais traços de distinção da culinária aristocrática nos séculos XIV, XV e XVI. A partir do século XVII, os viajantes franceses começam a criticar sistematicamente os pratos condimentados ainda consumidos no resto da Europa [e os cozinheiros franceses] deixaram de lado outras especiarias: (...) canela"*. Por sua vez, Verdon (1998: 94), reportando-se à Idade Média, divide as especiarias em estratos demográficos, indicando que *"o seu consumo era proporcional à hierarquia social"* e que o seu uso dependia de factores de popularização do gosto, as modas. Terão também sido largadas rapidamente as especiarias em Portugal e, neste caso concreto, no interior do país ou, por outro lado, entrou mais tardiamente em voga o seu sinal de prestígio e distinção social?

Não podemos ocultar, relativamente à classificação social dos prazeres à mesa, que eles também sofrem uma transformação perceptiva com o passar do tempo, evoluindo do prazer indulgente para o imoderado censurável, da hiperbolização do colectivo para o recato da degustação, facto que, em si, contesta o pouco refinamento e falta de civilidade dos agrupados materialistas e se encerra no espaço doméstico, correndo a cortina do recato. A glutonaria medieval, sinal do triunfo do trabalho, da vitória sobre o tempo e da renovação do cosmos, notória nos banquetes a que se aliavam os prazeres lúdicos retratados por Brueghel, embora de distinta feição conforme os estratos sociais, opõe-se às boas maneiras, ao requinte gastronómico, à implantação da diversidade do gosto, à crescente disponibilidade e variedade calórica e aos avanços no conhecimento médico que insinuam um padrão de vida saudável. Mas também exibe as lutas de marcação travadas entre a aristocracia e a burguesia, que competiam por mais-valias de distinção simbólica e prestígio social na formação de Portugal durante os séculos XVIII e XIX, vividas também na capital transmontana. Paradoxalmente, a freira gulosa representa a glutonaria que o curso histórico se incumbiu de regulamentar, comprometendo a ética da instituição religiosa e os exemplos de probidade comportamental que emanam como padrão a seguir.

Em conclusão

A cultura popular possui uma carga emotiva e um elemento de força discursiva que visa congregar os seus praticantes em torno de um determinado tema, transformando-o muitas vezes em senso comum, em verdade fácil pronta a ser aceite, em saber prático que interpreta o mundo e abole explicações alternativas. Por isto, à aproximação sociológica deverá obrigatoriamente agregar-se a uma análise política que contemple a observação sistematizada dos produtores, consumidores, mediadores e classificadores, cujos interesses, pressupostos, ética e reivindicações de legitimidade não coincidem. O sociólogo que levante as questões de poder, autoridade e legitimidade não passa impune, e a sua procura de objectividade é censurada pelas inúmeras subjectividades que dão forma a este universo. Solicitar este empreendimento confronta-o com recusas, aceitações e negociações, aproxima-o ou distancia-o, porque condensa um conjunto de referências empíricas, observa-as e critica-as sem prestar tributo a nenhuma autoridade senão à disciplina. A observação do "popular" é generalista e existe como ficha de activação de uma óptica, um conceito vazio que pode ser preenchido de acordo com as necessidades do argumento. O tema do Pito de Santa Luzia situa-se neste complexo narrativo, reunindo enunciados que creditam o discurso dominante exposto nas práticas sociais.

Bibliografia

Arroteia, Jorge Carvalho. *A Evolução Demográfica Portuguesa*, Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Colecção Biblioteca Breve, Volume 93, 1984

Barroso, Maria do Rosário *et al*. "Curcubitáceas de Trás-os-Montes", *Monografia do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Regional e Pescas*, (sem data)

Barros Ferreira, Joaquim. "Abordagem antropológica sobre moinhos e alimentação", in *Revista Tellus nº 24*, Vila Real, 1995

Borralheiro, Rogério e Capela, José Viriato. *As freguesias do distrito de Vila Real nas memórias paroquiais de 1758 – memórias, história e património*, Braga, Governo Civil de Vila Real, 2006

Borges, Júlio António. *Monografia do Concelho de Vila Real*, Maia, Sersilito, 2006

Bourdieu, Pierre. "La Domination Masculine" in *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 84, 1990

Campos Tavares, Jorge. *Dicionário de Santos*, Porto, Lello & Irmão Editores, 1990

Cardápio, Juvenal. "Pitos de Santa Luzia", in *Gastronomia do Marão*. sem editor, sem data

Costa, Filipe. *Conventos de Freiras*, Lisboa, Ela por Ela, 2006

Duchet-Suchaux, Gaston e Pastoreau, Michel. *La Bíblia y los Santos*, Madrid, Alianza Editorial, 1996

Elias, Norbert. *O Processo Civilizacional*, Lisboa, Edições Dom Quixote, 2006

Espírito Santo, Moisés. *A Religião Popular Portuguesa*, Lisboa, Assírio & Alvim, 1990

Fernandes, Ana Alexandre. *Questões Demográficas: Demografia e Sociologia da População*, Lisboa, Edições Colibri, 2008

Fernandes, Isabel Maria e Oliveira, António José. "Convento de Santa Clara de Guimarães", in *Boletim de Trabalhos Históricos* do Arquivo Municipal Alfredo Pimenta, Guimarães, 2004 (páginas)

Flandrin, Jean-Louis. "A distinção pelo gosto" in *História da Vida Privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes*, Roger Chartier (org.); São Paulo, Companhia das Letras, 2009

Foucault, Michel. *La volonté de savoir*, Paris, Éditions Gallimard, 1976

Foucault, Michel. *L'usage des plaisirs*, Paris, Éditions Gallimard, 1984

Foucault, Michel. *O cuidado de si*, Lisboa, Relógio d'Água, 1994

Freitas, Manuel. "O convento de Santa Clara: alguns subsídios para a compreensão da sua economia" in *Revista Tellus* nº 12, Vila Real, 1984

Gonçalves Ferreira, F.A. *História da saúde e dos serviços de saúde em Portugal*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1990

Leite de Vasconcelos, José. *Etnografia Portuguesa, vol. ix*, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda, (1985 [1929])

Livros de registos de baptismos da paróquia de Folhadela (1676-1855), de *pt-advrl-p-vrl09/001/003* a *pt/advrl/prq/pvrl09/001/008*

Livros de registos de óbitos da paróquia de São Dinis (1683-1906) de *pt/advrl/prq/pvrl23/003/185* a *pt/advrl/prq/pvrl23/003/251*

Pinho Leal, Augusto Soares. *Portugal antigo e moderno: Diccionário geográfico, estatístico, corografico, heráldico, arqueológico, histórico, biográfico e etimológico de todas as cidades, vilas e freguesias de Portugal e de grande número de aldeias*, Braga, Barbosa & Xavier, (2006 [1886])

Sousa, Fernando e Gonçalves, Silva. *Memórias de Vila Real* (2 vol.), Vila Real, Arquivo Distrital de vila real, 1987

Sousa, Fernando. "A população portuguesa em finais do século XVIII", in *População e Sociedade, nº 1*, Porto, Edição Centro de Estudos da População e Família, 1995

Torres Pereira, Maria de Lourdes. *Cozinha Regional de Trás os Montes*. Mem Martins: Publicações Europa América, 1992

Verdon, Jean. *O prazer na Idade Média*, Lisboa, Difusão Cultural, 1998

Nota Biográfica

Ricardo Manuel Ferreira de Almeida (Angola, 1972). Docente Universitário na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego – Instituto Politécnico de Viseu. É licenciado em Antropologia pelo Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE-IUL), mestre em Sociologia pela Universidade de Coimbra (FEUC) e Doutor em Sociologia pela Universidade do Minho (UM). É dramaturgo, actor, músico e foi jornalista e locutor de programas de rádio dedicados à música tradicional. Leccionou no ensino secundário, ensino profissional e ensino universitário. Tem publicações na área da Sociologia, Antropologia, Serviço Social, Turismo, Poesia, Prosa e Teatro.

TURISMO, PATRIMÓNIO E IDENTIDADES

Tauromaquias populares, realidade e identidade

Elsa Ventura Ramos, Jorge Umbelino e Luísa Mendes-Jorge

Resumo

Na valorização da identidade cultural regional e local, as tauromaquias populares conjugam recursos imateriais, materiais e ecológicos de grande valor, que devem ser articulados de forma complementar numa visão territorial integrada, conjugando produtos que, pelas diferenças e proximidade, permitam construir um produto turístico compósito. Estes eventos apresentam, por via da história, cultura, das vivências e da natureza, recursos de grande valor, que possibilitam a expansão do mercado turístico, principalmente interno, promovendo a economia e cooperação local. Os recursos endógenos devem ser encarados como elemento de compreensão, permanência e de construção de uma identidade local. Assim, a presente investigação visa fazer uma breve abordagem das tauromaquias do território português, para posteriormente se poder analisar o envolvimento das comunidades locais, o peso que estes eventos têm no seu território, as motivações dos turistas, a preservação dos recursos e a temática da sustentabilidade no desenvolvimento de determinadas regiões.

Palavras-chave: Património, Identidade Local, Tauromaquias, Vivências

Abstract

In the valorization of regional and local cultural identity, popular bullfights combine immaterial, material and ecological resources of great value, which must be articulated in a complementary way in an integrated territorial vision, combining products that, due to differences and proximity, allow the construction of a composite tourist product. These events present, through history, culture, experiences and nature, resources of great value, which allow the expansion of the tourist market, mainly domestic, promoting the economy and local cooperation. Endogenous resources must be seen as an element of understanding, permanence and building of a local identity. Thus, the present research aims at a brief study of bullfighting in

the Portuguese territory, to later analyze the involvement of local communities, the weight of these events in their territory, the motivations of tourists, the preservation of resources and the theme of the sustainability in the development of certain regions.

Keywords: Heritage, Local Identity, Bullfighting, Experiences

Introdução

Os recursos culturais devem ser encarados como elementos de compreensão, continuidade e de construção de uma identidade local, no entanto, e se olharmos ao nosso redor, paira, sobre o património, a ideia de subaproveitamento da sua riqueza e do valor intrínseco como recurso cultural.

Assim, encaramos um evento como uma verdadeira montra do destino turístico, na qual os atores, incluindo as próprias comunidades locais, designadamente do contexto das tauromaquias populares, promovem o seu património material e imaterial, gerando receitas e contribuindo para o desenvolvimento económico e social.

A presente investigação visa fazer um levantamento exaustivo das tauromaquias populares do território português e assume como objetivos principais avaliar a procura e a oferta turísticas dos recursos endógenos disponíveis.

1. A Herança Cultural

A herança cultural, de modo geral, compreende todo o testemunho do homem e do seu meio, contemplado em si mesmo, sem estabelecer obstáculos derivados do seu uso, propriedade, antiguidade ou valor económico, ou seja, é o resultado do trabalho do homem sobre a natureza, podendo ser dividido em três categorias: bens naturais, bens materiais e bens imateriais.

Segundo Vasco Graça Moura (2013), a herança cultural é o conjunto de elementos que permite a um determinado grupo reconhecer-se como portador de uma identidade própria e comunicar ao longo do tempo, quer no interior desse grupo, quer pela marcação de uma diferença, para fora dele. Essa herança cultural passa por variados elementos, desde logo pela língua materna e pela família a que esta pertença, e, depois, pelo património material e imaterial, pelos costumes e tradições, pelos condicionamentos, adaptações e morfologias impostos pela história, pela geografia, pelo clima.

A visão de património modificou-se, já não é apenas uma forma estática que representa a nossa identidade e herança dos nossos antepassados, mas também uma forma de aprendizagem e compreensão da evolução do homem. A crescente importância atribuída ao património pelas sociedades contemporâneas é salientada por Guilherme d'Oliveira Martins em *Pa-*

trimónio, Herança e Memória (2009, p. 9) onde refere «o património como um valor e um recurso, que tanto serve o desenvolvimento humano em geral, como concretiza um modelo de desenvolvimento económico e social assente no uso durável dos recursos, com respeito pela dignidade da pessoa humana».

A crescente valorização do Património é aqui entendida como um fator onde a transmissão de conhecimentos é vista como um processo educativo e a educação é encarada como um processo de aprendizagem permanente e contínuo, a partir da transmissão dos saberes, tendo, por isso, um papel crescente e fundamental na democratização e na interpretação cultural, contribuindo para uma «(...) sociedade de cultura» (Martins, 2009, p. 17).

O conceito de património nos dias de hoje, abrange manifestações culturais, em que se revela a capacidade do homem se relacionar com o meio que o rodeia. Logo, podemos afirmar que o conceito de património tende, cada vez mais, a abarcar conjuntos urbanísticos, sítios, paisagens naturais e/ou culturais ou ainda territórios na sua globalidade e os respetivos recursos endógenos.

Os eventos culturais e a animação turística dos recursos patrimoniais surgem, assim, como vetor de desenvolvimento local, ao serviço da comunidade e do turista. Reportando sempre ao contacto entre os visitantes e as comunidades locais, os recursos endógenos estabelecem uma relação de aproveitamento regrado e utilização sustentável. Em resumo, divulgamos para dar a conhecer com o intuito de proteger.

As aspirações turísticas de um território definem-se, segundo Spagnuolo (2009), como a capacidade de um território para atrair determinados fluxos (de homens de negócios, turistas, capitais financeiros, iniciativas empresariais), um complexo conjunto de fatores (materiais e imateriais) que o qualificam e o distinguem no espaço geográfico (nacional, regional ou global) onde tais fluxos têm origem. As aspirações turísticas têm de respeitar a vocação do território. Esta última pode ser explicada como a aptidão de um território para assumir uma configuração económico-produtiva predefinida, tendo coerência com o conjunto dos recursos materiais e imateriais do território disponível (coerência territorial) e com as condições do contexto global (coerência identitária) que constitui a subjetividade territorial. À última é atribuída a tarefa de interpretar e realizar as vocações territoriais. A vocação turística, pelo contrário, é caracterizada por condições subordinadas que não podem prescindir umas das outras, influenciando-se mutuamente (Caroli, 2006).

2. Eventos Culturais

O desenvolvimento que o setor cultural tem vindo a registar, nas décadas mais recentes, em Portugal, tem sido acompanhado por uma presença crescente e cada vez mais marcante de um conjunto heterogéneo de intermediários culturais, cuja atividade se desdobra pelas várias tarefas da difusão da cultura. Salienta-se a realização de grandes e prestigiosos eventos, conhecidos por desempenharem um papel importante em relação à cidade que os acolhe no que diz respeito tanto à imagem do destino quanto à economia local. Desta forma, os eventos programados são, segundo Getz (2008), fenómenos espácio-temporais e cada um é singular graças às interações estabelecidas entre o ambiente, as pessoas e os sistemas de gestão.

A celebração de eventos culturais (festivais gastronómicos, representações histórico-culturais, feiras agrícolas, touradas regulamentadas ou populares, romarias, entre outros) com função de animação turística constitui, portanto, uma estratégia efetiva de diversificação da oferta turística, de modo a captar novos segmentos da procura e/ou renovar o interesse dos visitantes já habituais.

Os eventos culturais, podem ser vistos como verdadeiros espaços da hospitalidade, cenários importantes e atraentes. Afinal, é preciso não esquecer que a hospitalidade está vinculada à questão da territorialidade, ou seja, significa receber o outro no seu território e, como tal, o lugar e as formas básicas de interação social desempenham um papel fundamental nas relações de hospitalidade (Dencker, 2003). Para haver hospitalidade é necessário o envolvimento da comunidade local e para uma boa hospitalidade é preciso lembrar que, na organização de um evento, deve atender-se aos anseios e necessidades não só dos turistas, mas também da comunidade (Marujo, 2010). Só assim se criam as condições necessárias a um intercâmbio efetivo de certos valores entre turistas e residentes, proporcionando uma aprendizagem de conhecimentos modificadores, de certa forma, da visão que ambos têm do mundo, e acrescentando também valor ao relacionamento humano. A influência provocada pelas interações que ocorrem numa festa refere-se, sobretudo, ao modo de vida dos locais, à expressão linguística, à gastronomia, aos hábitos e costumes e às formas de entretenimento (Grinover, 2002).

Saliente-se que pequenas comunidades locais estão a patrocinar novos eventos para melhorar o desenvolvimento comunitário e a prosperidade económica. Em Portugal, e a título exemplificativo, salientamos a zona do Barroso, com a promoção da raça barrosã e das suas tradições. "As Chegas de Bois" são um exemplo de competição entre comunidades do Barroso, consubstanciada numa promoção identitária regional. Cada aldeia tem o seu "Boi" que atesta o orgulho coletivo da aldeia, que faz questão de mostrar a sua "superioridade" face ao "Boi" da aldeia vizinha e vice-versa. São conhecidos como "Bois do Povo" porque são um bem das comunidades, das aldeias. Todos os anos, um pastor resgata o boi, cuidando dele durante um ano, dando início a uma competição com outros bois. As lutas são uma autêntica festa de música e, claro, de gastronomia. No final, a imagem que resta são as "Chegas de Bois" de Montalegre. (Almeida, 2012).

Os homens das Terras do Barroso continuam a vibrar com o mesmo entusiasmo perante qualquer uma das "Chegas" que se vai realizando por ocasião das festas anuais de cada povoação, sendo atualmente uma evocação folclórica que logrou subsistir à passagem dos anos e ao esquecimento do dia-a-dia comunitário das gentes do interior transmontano. A competição estende-se ao "Fumeiro". Cada família tem uma produção própria com especificidades e paladares diferentes da do vizinho (Correia, 2010).

É verdade que vivemos num mundo cada vez mais globalizado e massificado, mas, como o exemplo acima bem ilustra, em certa medida, podemos afirmar que a Globalização "se alimenta" também da diferença.

Quanto mais globalizados, mais gostamos e mais necessidade temos de assumir as nossas diferenças, ou seja, a nossa identidade. O que importa nesta matéria é destacar o poder do imaginário coletivo definido em parte pelos referidos "novos intermediários culturais". Não será de estranhar que a sedução turística passe em grande medida pelo Imaginário, (em torno da expectativa que antecede a experiência turística) pela Autenticidade (o valor do genuíno) e pela Nostalgia (remetendo-nos para tempos que julgávamos passados e que refletem as nossas raízes).

3. Tauromaquias

Os eventos culturais assumem-se como ferramentas estratégicas de divulgação do património e identidade de um local, pelo que o seu planeamento e gestão são cada vez mais imprescindíveis ao sucesso de muitas áreas-destino. Assim, encaramos um evento como uma verdadeira montra do destino turístico, na qual os atores, incluindo as próprias comunidades locais, designadamente no contexto da tauromaquia, promovem o seu património material e imaterial, gerando receitas e contribuindo para o desenvolvimento socioeconómico. Simultaneamente, cada vez mais se valoriza o património imaterial como forma de ir ao encontro das necessidades dos turistas, tanto dos que buscam lazer como dos que procuram conhecer as diferenças culturais de cada povo.

Por exemplo, Waller & Lea (1998) referem que, para muitos turistas, uma visita a Espanha deve incluir atividades relacionadas com a tauromaquia, nomeadamente corridas de toiros. Prova disso são as imagens taurinas associadas a Espanha, principalmente no meio da promoção turística. Por outro lado, segundo Martín & Cepeda (2003), também surgem turistas que acodem aos lugares por outros motivos: apreciar a paisagem, espetáculos e monumentos, vendo o fenómeno taurino como uma oferta adicional. Ou seja, a tauromaquia pode tornar-se, por si só, um atrativo de oferta turística global das comunidades ou ser um elemento que ajuda a compô-la.

Entre as várias expressões, práticas sociais, eventos festivos e rituais que compõem a tauromaquia, a importância dos espetáculos está traduzida no número significativo de espetadores que assistem a este tipo de evento. O público pode viver estes espetáculos de duas maneiras: de uma forma *soft* e passiva, assistindo às tauromaquias regulamentadas e populares ou de uma forma *hard* e ativa, participando em touradas de cariz popular, como a Tourada à Corda nos Açores, a Capeia Arraiana no concelho do Sabugal, as Largadas, etc. (Ramos, 2015).

As tauromaquias populares, além de serem um fator identitário, são portadoras de grandes valores éticos e estéticos, contribuindo, simultaneamente, para a salvaguarda do ambiente e da cultura popular, incrementando a oferta turística das regiões e sendo também uma mais-valia para o desenvolvimento económico e promocional das localidades onde estão enraizadas.

O turista que assiste a um evento desta natureza, além de poder participar de forma ativa no evento, em si mesmo, é também, através deste, facilmente integrado na comunidade local, pois esta também participa efusivamente na atividade, presumindo-se a interação entre ambos. Esta interação pode contribuir para materializar uma atitude de envolvimento e partilha, típica de um ambiente comunitário, marcado pelas relações fluídas e de uma maior proximidade quando comparadas com as relações do dia-a-dia.

De salientar ainda que, para além do contato do evento, nestas festas populares os turistas são com frequência convidados a interagir com a comunidade nas diversas tertúlias, adegas e *peñas* taurinas existentes nas localidades, onde se juntam residentes e visitantes. Estes momentos informais conferem a oportunidade de serem contadas histórias passadas que caracterizam a população, onde os costumes, tradições e cultura local são transmitidos aos turistas. A comunidade local é um acervo vivo da sua cultura (museu vivo). Esta comunicação direta, ativa e incitadora entre turistas e comunidade é uma mais-valia para a afirmação da experiência turística partilhada, fator de diferenciação do destino.

Numa breve caracterização das diversas tauromaquias, quer populares quer institucionais, Capucha (2013) define as primeiras como rituais muito diversificados realizados na rua, segundo as regras da tradição local, organizadas pelo povo ou pelas autarquias locais. Para o autor, os protagonistas são o toiro e o "povo" – mesmo que alguns populares se possam destacar a "brincar com os toiros" –, e as inovações decorrem do modo como as estruturas económicas e sociais evoluem. As tauromaquias institucionais enfatizam as diferenças sociais, a divisão do trabalho e o poder.

Apresentando uma outra interpretação, Antonieta Costa (2002), no seu estudo sobre as festas Sanjoaninas (Açores), refere que as tauromaquias populares representam a exaltação do solstício de Verão e o culto da vegetação. Para esta autora, todo o contexto da Festa subordina-se à exaltação do sol e dos seus efeitos fertilizantes sobre a terra sendo a estrutura da Festa assente nesse entendimento, mantendo em destaque os pontos mais importantes, o Cortejo da Rainha (representante do Espírito da Vegetação, ou seja da incorporação do sol na árvore) e o desfile das Marchas, que são o exaltar da alegria da fertilidade e da abundância, resultantes desta época do ano. O fundamento destes atos era a crença de que o Espírito dos Cereais, na forma de Toiro, significava atributos do sagrado, sendo morto no final das colheitas.

4. Metodologias

O estudo de caso foi escolhido como técnica de pesquisa deste trabalho, elaborado em diversas etapas. A primeira etapa consistiu numa pesquisa bibliográfica e documental para o levantamento sobre património e herança cultural, eventos culturais e Tauromaquias.

Visto, que ao contrário das tauromaquias regulamentadas, nas tauromaquias populares não existe nenhum regulamento jurídico ou alguma entidade oficial que concentre todos os dados oficiais sobre o número de eventos, a sua distribuição geográfica e a sua caracterização, excetuando os Açores por ter um regulamento jurídico sobre as tauromaquias populares.

Assim, houve necessidade de se fazer um levantamento através de entrevistas semiestruturadas (Barañano, 2008; Quivy & Campenhoudt, 1998; Ritchie, Burns, & Palmer, 2005) aos municípios, às freguesias, às autoridades públicas intervenientes nesta temática e às entidades privadas, mordomos, ganadeiros, intervenientes na temática em estudo. Através deste levantamento foi possível criar um mapa de distribuição geográfica dos eventos, bem como a estimativa de eventos anuais existentes no nosso território.

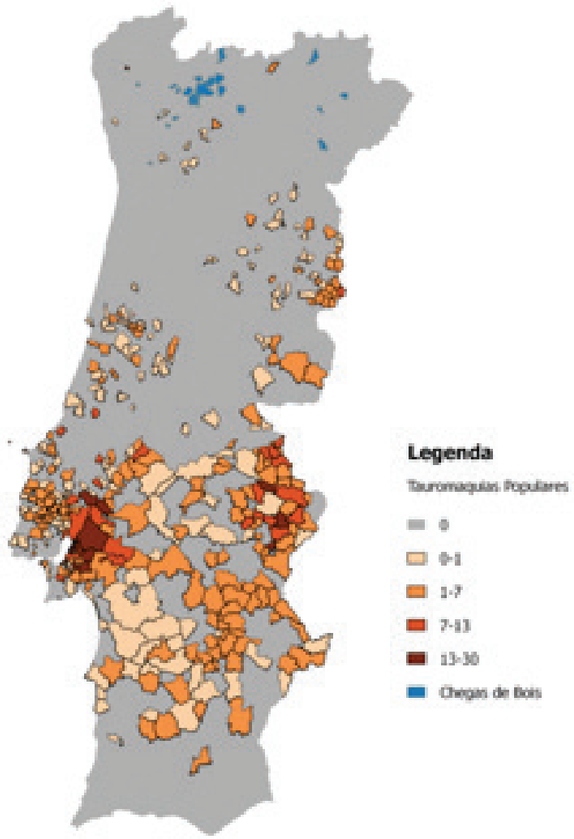
Ao observarmos os dados obtidos e, fazendo uma sobreposição com a distribuição geográfica das ganadarias portuguesas, observamos que, na maior parte do território português os eventos das tauromaquias populares situam-se perto de ganadarias existentes e inscritas no livro genealógico da Associação Portuguesa de Criadores de Toiros de Lide.

Excetuando algumas freguesias raianas do distrito da Guarda, onde a não existência de ganadarias registadas não impede os inúmeros eventos de tauromaquia popular de acordo com os dados apurados no levantamento feito. Nesta região específica, existe um tipo de tauromaquia popular, a Capeia Arraiana (concelho do Sabugal). Este tipo de evento tem características únicas, dai a necessidade de se ter feito uma pesquisa documental e, utilizando as técnicas de observação direta, de forma a sermos o mais objetivos e reais na caracterização deste património cultural e imaterial.

5. Localização geográfica

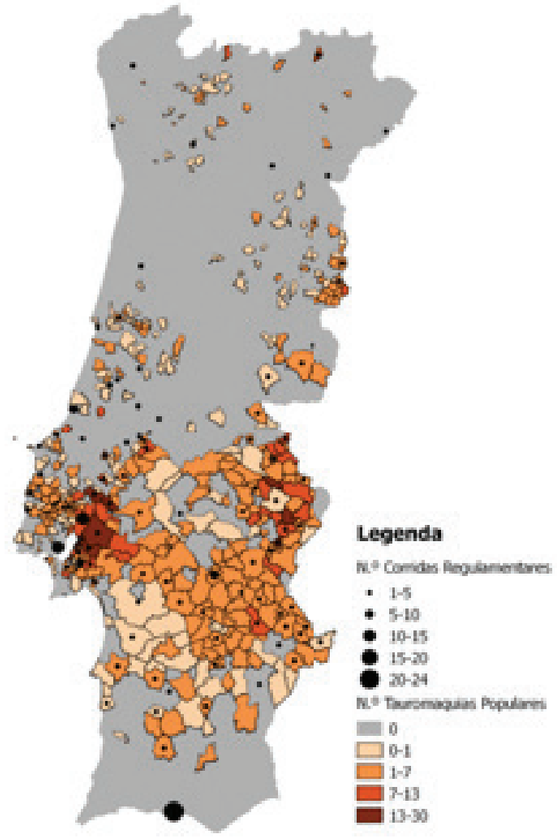
A presente investigação propôs-se fazer um levantamento da distribuição geográfica das tauromaquias populares no território português, visto a não existência de dados oficiais sobre este tipo de espetáculos. A pesquisa foi bastante exaustiva pois tivemos que recorrer a diversas entidades para podermos recolher os dados pretendidos.

Esta recolha levou-nos a uma estimativa de 1.800 espetáculos de tauromaquias populares no continente e nos Açores. No mapa I podemos observar a distribuição dos eventos tauromáquicos em Portugal continental.



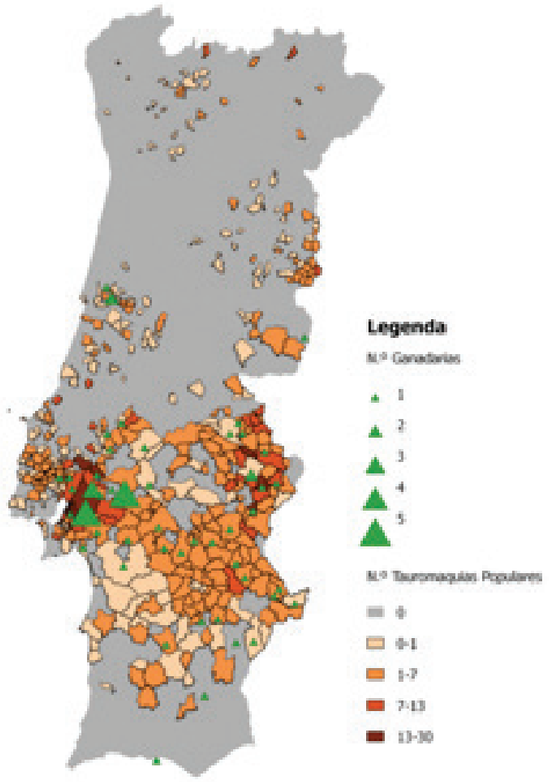
Mapa I. Distribuição das Tauromaquias Populares (Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos)

O mapa mostramos a distribuição geográfica dos eventos, bem como, as distintas raças que são utilizadas nestas tauromaquias. A azul representa as Chegas de Bois, no norte do país, que são representativas da Raça de bovinos Barrosã e Mirandesa e em tons de castanho representam a Raça de Toiros de Lide.



Mapa II. Distribuição das Tauromaquias Regulamentadas e Populares (Fonte: Elaboração própria e IGAC)

No mapa II podemos constatar que no litoral realizam-se um número mais elevado de tauromaquias regulamentadas (corridas de toiros) do que propriamente no interior do país. Em relação às tauromaquias populares salienta-se uma representação significativa no interior do país, distinguindo-se as regiões do ribatejo, Alentejo, parte de Lisboa e Vale do Tejo.



Mapa III. Distribuição das Tauromaquias Populares e Ganadarias. (Fonte: Elaboração própria e APCTL)

Neste terceiro mapa podemos ver a distribuição geográfica das ganadarias registadas no livro genealógico de criadores de toiros de lide e podemos observar que onde se realizam eventos de tauromaquias populares por norma tem por perto uma ganadaria. Salientamos que neste mapa só estão representadas as ganadarias de toiros de lide, mas por constatação do mapa I sabemos que no norte do país existe exploração das raças barrosã e mirandesa. A exceção que se sobrepõem no mapa é o distrito da Guarda, onde não existe nenhuma ganadaria inscrita e apresenta um número significativo de eventos, principalmente no concelho do Sabugal.

Este pormenor levou-nos ao estudo mais aprofundado deste concelho e descortinar um espetáculo *sui generis* que é a Capeia Arraiana.

6. Estudo de Caso: a Capeia Arraiana

O toiro desde a antiguidade foi considerado como um símbolo do poder, da fertilidade e do sagrado. Aquilo que foi que foi uma luta pela sobrevivência e mais tarde um divertimento mais ou menos organizado acabou por ganhar estrutura organizativa, quer nas regras sobre as quais se passou a sustentar a atividade quer pelas artes que constituem a tauromaquia.

Embora não se possam definir com precisão as origens da Capeia não custa muito aceitar que ela tem no mínimo influências dos vizinhos espanhóis. É importante não esquecer que a fronteira que separa Portugal de Espanha, hoje quase um resquício de um passado recente, não é mais que uma divisão administrativa feita pelos homens. Nesse sentido, embora a evolução do território e os povos que o foram ocupando tenha conduzido a muitas diferenças, não é menos verdade que de um e outro lado da Raia se partilha um passado comum. O contrabando é bem o exemplo de necessidades e interesses comuns.

Reportando-nos aos tempos mais recentes, e tendo presente que nesta região do lado de cá da fronteira não existe nenhuma ganadaria associada, não é difícil aceitar a versão de que os toiros, fugidos, roubados ou para pagar estragos, vinham das vizinhas terras espanholas, nomeadamente da *Ginestosa*, um espaço comunitário onde pastam muitos animais.

A devesa salmantina é, desde há muito tempo, um dos maiores centros de criação de gado bravo em Espanha. As vizinhas aldeias espanholas têm na festa de toiros uma das suas manifestações populares mais apreciadas.

Esta ligação entre os dois lados da fronteira foi a génese de muitas amizades e respeito mútuo e hoje é ver como quer a capeia quer as *fiestas* espanholas são motivo de união dos dois povos.

O Forcão

Elemento fundamental e que dá particularidade a esta manifestação de cultura popular é o forcão. Aliás, após a designação dos mordomos é aqui que começa a festa. O material com que vai ser elaborado o forcão tem que ser preparado antecipadamente e é escolhido por homens mais experientes. Esta tarefa decorre normalmente por altura da Páscoa, ficando a madeira, descascada, a secar até ao Verão.

É quando se vão cortar os troncos de carvalho que começa a confraternização. O ato é anunciado pelos mordomos ou pelo tamborileiro e muitas

vezes acompanhado do lançamento de alguns foguetes. Convém esclarecer que o forcão não é guardado de uns anos para os outros, mantendo-se o ritual da sua construção.

O forcão, na sua configuração, é constituído por uma armação triangular, feita de madeira de carvalho e pinho. A origem do nome liga-se à palavra latina "*furca*" e é da mesma família de forquilha (Tavares, 1985). Segundo José Prata (2006), as armas de fogo só viriam a ser usadas a partir do século XV, de modo que os recursos das forças militares e das locais (povos fronteiriços) baseavam-se no uso da espada e da lança e de outros meios como os utensílios agrícolas: garranchos, forquilhas, etc.

O Corro

Como é facilmente compreensível o corro não passa de uma praça de toiros improvisada, aproveitando o largo principal das aldeias.

A montagem da praça é sempre um momento de confraternização coletiva. Os mordomos de cada ano, com a ajuda de familiares, amigos e a juventude que quiser colaborar, tratam de montar os currais onde o gado será guardado e separado de modo a poder ser lidado sem que haja muitos tempos mortos entre a lide de um e outro toiro. Entretanto, já os carros de vacas foram sendo colocados à volta da praça. Antigamente os carros de vacas eram temporariamente roubados dos currais dos agricultores.

Todo o espírito comunitário que envolve a montagem da praça, apesar do trabalho que dá, serve para unir ainda mais as populações. Este espírito é bem visível quando, depois da festa, é preciso voltar a limpar tudo. Dezenas de homens munidos de pás, enxadas, picaretas e demais utensílios, congregam-se logo pela manhã do primeiro dia a seguir aos festejos e num ápice tudo volta a estar limpo e arrumado.

Estes momentos de trabalho coletivo são sempre o pretexto para mais uma conversa e um almoço onde não falta a carne, o queijo, o presunto e os enchidos da terra (Pissarra, 2003).

O encerro

É um momento perigoso as que atrai milhares de pessoas. Antigamente o encerro era feito com gado espanhol, nos últimos anos é frequente fazer encerro com gado português que é colocado previamente em lameiros e os mordomos têm que vedar os caminhos que vão dar à praça.

O encerro é um momento muito especial. A tensa espera dos toiros, o coração a bater quando eles se aproximam, a corrida, a procurar refúgio, correndo à frente dos animais ou atrás destes, são sensações que muitos arraianos e quem os visita não dispensam. Enquanto uns conversam outros vão estendendo o olhar pelo horizonte, na expetativa de uma indicação da aproximação da manada. Quando começam a aparecer os primeiros cavalos tudo se agita e a adrenalina aumenta. É já perto da povoação que a comitiva aumenta a velocidade e, sobre uma nuvem de poeira, os animais entram na praça, saindo os cavaleiros por uma porta oposta. São dezenas os animais, entre cabrestos, cavalos e toiros. A manhã não termina sem que seja experimentado um animal – o boi da prova. Se este é bom fica a ideia de uma bela tarde de investidas ao forcão.

Segue toda a gente para as suas casas, convidam-se amigos de outras terras, enchem-se os cafés e as barracas de comes e bebes e aguarda-se por uma grande tarde de emoções.

O pedido da praça

O centro da praça é uma enorme mole humana que custa a crer haver lugar para tanta gente quando os "hastados" entrarem no "Corro". O tamborileiro vai rufando o tambor anunciando a proximidade da festa.

O pedido da praça é feito à pessoa importante e considerada da terra. Os mordomos abrem o cortejo, seguidos por jovens empunhando "alabardas", uma espécie de lanças enfeitadas com panos e fitas coloridas. O pedido é feito em voz solene a que se segue o discurso inflamado, de quem irá dar permissão, sobre a importância da tradição e os valores da gente da Raia, pede-se também coragem e valentia, para além de cuidado, de modo a que não aconteça nenhuma tragédia e tudo acabe bem.

A Capeia

A festa da Capeia, envolve muitos aspetos, diversos rituais, e começa com a nomeação dos mordomos, um ano antes. Depois da contratação do gado, do corte da madeira para o forcão, da execução do mesmo, do passeio, da vedação dos caminhos, por onde há-de passar a manada, e do encerro, tudo está preparado para a grande tarde.

O toiro investe nas galhas do forcão, mais na galha esquerda, onde é precisa força, técnica e coragem, pois nas galhas quase se mistura o arfar do pegador com o respirar ofegante do toiro. Muitas vezes o animal mete a cabeça por baixo e é preciso fazer força, caso contrário o animal levanta

toda a estrutura e o perigo aumenta. Seguem-se uns passes pelos *maletillas* e umas sortes mais ou menos ousadas da rapaziada. Depois de todas estas peripécias, o animal é devolvido aos currais e a praça, com o fole de acordeão a abrir, volta a encher-se de pessoas que se haviam resguardado atrás dos salva-vidas. Depois de matar a sede é altura de entrar mais um touro e a festa prossegue.

Foi um dia intenso e a rapaziada está cansada de aguentar o peso do forcão, as investidas do touro e as corridas. Solta-se o gado dos currais e aparecem os cavaleiros para fazer o desencerro levando os animais.

Conclusões

As tauromaquias populares, além de serem um fator identitário, contribuem em simultâneo, para a salvaguarda do ambiente e da cultura popular, incrementando ainda a oferta turística das regiões, bem como é uma mais-valia para o desenvolvimento económico e promocional das localidades onde estas estão enraizadas.

A herança cultural pode oferecer possibilidades de criação de emprego, qualificação, quer prática, quer teórica, a uma parte da população, especialmente aos mais jovens. Muitas atividades ligadas ao património imaterial podem ser suportadas por autoridades e instituições locais, regionais ou nacionais e abrir o passo a projetos de sucesso, impulsionando soluções, empreendedorismo, inovação, criatividade e competitividade, exercendo de forma coerente, as responsabilidades ativas implicadas pela cidadania, exigindo a continuidade de plenas condições de liberdade de pensamento e expressão, de afirmação da individualidade criadora, de respeito, de tolerância e de dignidade da criação cultural.

O turista que vai assistir a um evento destes, além de poder participar de uma forma ativa no evento em si, é também, através deste, facilmente integrado na comunidade local, pois esta também participa efusivamente na atividade, presumindo-se a interação entre ambos. Esta interação contribui para materializar uma atitude de envolvimento e partilha, típica de um ambiente comunitário.

O público pode viver estes espetáculos de duas maneiras, de uma forma *soft* e passiva, assistindo a touradas institucionais e populares, ou de uma forma *hard* e ativa, participando nos eventos de cariz popular, onde os turistas e a comunidade local se inter-relacionam, sendo uma mais-valia para a afirmação de uma experiência turística partilhada, fator de diferenciação do destino.

Bibliografia

Almeida, P., Araújo, S. (2012) *Introdução à Gestão de Animação Turística*. Lidel – edições técnicas, Lda.

Barañano, A. M. (2008), *Métodos e técnicas de investigação em Gestão – Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cabanas, A., Tutatux, J. T., (2011) *Forcão- Capeia Arraiana*, Grafitime

Capucha, L. (2013) *Festas de touros*. Revista Anthropologicas, ano 17, volume 24(1).pp 151-152.

Caroli, G. M., (2006) *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio*. Franco Angeli ed., Milano

Costa, A. (2002) *As Festas Sanjoaninas e suas origens mais remotas. Estudo comparativo Documental*. Núcleo de Estudos de População e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/780/1/cadernoB-01.pdf

Correia, J. (1996), *Terras de Riba-Côa – Memórias sobre o concelho do Sabugal*, Coimbra, Câmara Municipal do Sabugal, IV Edição.

Correia, J., Brito, C. (2010) *O Marketing e o Desenvolvimento Turístico: O caso de Montalegre.* Research work in Progress. FEP Working Papers, nº 376, May, 2010.

Dencker, A. (2003). *A abordagem cientifica em hospitalidade*. In Dencker, A. e Bueno, M. (Orgs.), Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Thomson.

Getz, D. (2008) *Event tourism: Definition, evolution, and research*. Tourism Management, 29(3), 403-428. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017

Grinover, L. (2002). Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In Dias, C. (Org.) Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole.

Marujo, M. (2010). *Eventos culturais, identidade e comunidade local: a festa do vinho na Madeira*. In Santos, M. (Org.), Turismo cultural, territórios e identidades. Porto: Instituto Politécnico de Leiria/Edições Afrontamento.

Marujo, N. (2015) *Turismo, Turistas e Eventos: da Teoria à Prática*. Castelo Branco: RVJ – Editores, Lda.

Martins, G. O. (2009) *Património, herança e memória, a cultura como criação*. Editora Gradiva.

Moura, V. G., (2013). *A Identidade Cultural Europeia*. Ensaios da Fundação Francisco Manuel dos Santos, nº 40.

Prata, J. (2006) *O Culto do Espírito Santo. Os Cavaleiros da Ordem Militar do Templo d o Passeio dos Moços da Raia*. Socingraf

Pollice F., Spagnuolo F (2009) Attrattività e sostenibilità : uma lettura congiunta per lo sviluppo turistico locale. *Turismo e Psicologia. Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione*, 2: pp. 54-76.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais* (J.M. Marques, M.A. Mendes & M. Carvalho, Trans. 2ª edição ed.). Lisboa: Gradiva.

Ramos, E. V., Salgado, M. A. B., Jorge, L. M., Umbelino, J. (2015), *Strategic importance of the event management: popular tauromaquias*, *Book of Proceedings of VIII International Tourism Congress - The Image and Sustainability of Tourist Destinations*, Peniche, Portugal, abstract p.78 – paper pp. 1-7. (ISBN:978-989-97395-1-2)

Ritchie, Burns, P., & Palmer, C. (2005). *Tourism Research Methods – Integrating Theory With Pratice C. Publishing(Ed.)*

Tavares, A. (1985), *A Capeia Arraiana*. IAG –Artes Gráficas, Lda.

Waller, J. and Lea, S.E.G. (1998) Seeking the Real Spain—Authenticity in Motivation. *Annals of Tourism Research*, 25, 110-128.

Notas Biográficas

Elsa Ramos

Licenciada em Turismo e Lazer desde 2005 e Mestre em Gestão e Sustentabilidade no Turismo desde 2012. Doutoranda do doutoramento em Planeamento Turístico na Universidade de Lisboa. Adquiriu Título de Especialista em Turismo e Lazer. Atualmente, é docente da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda e colaboradara da UDI. No passado, esteve ligada a empresas de animação turística.

Jorge Umbelino

Geógrafo, Mestre, Doutor e Agregado em Geografia e Planeamento Territorial. Na atualidade, é Professor da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) e Diretor Nacional do Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR). No passado, teve a oportunidade de lecionar na Universidade Nova de Lisboa, no ISLA e no INP e de desempenhar várias funções, dentro e fora da Academia, como as de Presidente do Instituto de Formação Turística e de Membro do Conselho Diretivo do Turismo de Portugal.

Luísa Mendes-Jorge

Licenciada em Medicina Veterinária em 1992 pela FMV, Universidade Técnica de Lisboa e doutorada em Ciências Veterinárias em 2009 pela FMV, Universidade Técnica de Lisboa. Exerce as funções de docente da FMV, Universidade de Lisboa, nas Disciplinas de Anatomia, sendo Coordenadora Científica e Regente da Disciplina Opcional Características Morfofuncionais do Toiro de Lide desde 2010 e é membro do Centro de Investigação Interdisciplinar em Sanidade Animal, Departamento de Morfologia e Função, Faculdade de Medicina Veterinária, Universidade de Lisboa. Membro da Comissão Científica do Symposium del Toro de Lidia de Zafra, Espanha. Membro da Direção da Associação de Médicos Veterinárias de Actividades Taurinas (AMVAT).

TURISMO E PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

O Património Geológico das Pirites e dos Mármores do Alentejo: Património, Identidade e Turismo Cultural

Armando Quintas e Vanessa Alexandra Pereira

Resumo

A região do Alentejo, pese embora a sua génese agrária, tem conhecido focos de desenvolvimento industrial, com destaque para a moderna extracção de produtos minerais, da qual as pirites de S. Domingos (Mértola) e os mármores do Anticlinal (Estremoz, Borba e Vila Viçosa) constituem casos exemplares.

Na mina de S. Domingos, em plena Faixa Piritosa Ibérica, extraíram-se durante 112 anos (1854-1966), cerca de 25 milhões de toneladas de minério com destino à industrialização do norte europeu, afirmando-a como um potentado na mineração de cobre e enxofre. Nas pedreiras do Anticlinal, que conheceram uma modernização no início do século XX, devido à sua qualidade e diversidade da matéria-prima, extraíram-se milhares de toneladas com destino ao embelezamento dos cinco continentes, fazendo deste exíguo território um dos mais importantes na indústria mundial de mármore.

Com efeito, foi pela importância dos seus recursos geológicos que ambas as explorações se constituíram como agentes activos na criação de locais patrimoniais. Deram não só deram origem a um património industrial riquíssimo, como a paisagens que se acham em constante transformação, possuindo assim uma riquíssima história que ainda necessita de um grande aprofundamento.

Neste sentido, e enquanto herdeiros de uma forma de exploração, são também locais de identidade. Embora padecendo de problemas económicos e ambientais, poderão ser encarados como locais patrimoniais, recebendo uma diversificação na sua actividade, com assento na valorização cultural dos seus recursos naturais, estruturas produtivas e paisagens, tendo como agente legitimador a memória colectiva, enquanto elemento comum e agregador das suas comunidades. Tal processo poderá desenvol-

ver-se com recurso ao turismo cultural, criando e articulando actividades de base industrial.

Palavras-chave: Alentejo, Minas, Pedreiras, Cultura, Turismo

Abstract

The Alentejo region, despite their agrarian genesis, has been well known for its industrial development, especially the modern extraction of mineral products, from which the Pyrites of São Domingos (Mértola) and the marbles of the Anticline (Estremoz, Borba and Vila Viçosa) are exemplary cases.

It the S. Domingos mine, located in the Iberian Pyrite Belt, had been extracted for 112 years (1854-1966) around 25 million tons of ore destined to northern European industrialization, claiming it as a potentate in the mining of copper and sulfur production. In the quarries of the Anticline, which experienced a modernization in the early twentieth century, due to its quality and diversity of raw material, thousands of tons were extracted for the beautification of the five continents making this small territory one of the most important in the world industry of marble.

In fact, it was because of their geological resources that both explorations were active agents in the creation of heritage sites. Not only did they give rise to a very rich industrial heritage, but also to landscapes that are constantly changing, thus possessing a rich history that still needs to be deepened.

In this sense, and as inheritors of a form of exploitation, they are also places of identity. Although suffering from economic and environmental problems, they can be seen as heritage sites, receiving a diversification in their activity, based on the cultural *enchantment* of their natural resources, productive structures and landscapes, having as a legitimizing agent the collective memory as a common and aggregating element of their community. This process can be developed through cultural tourism, creating and coordinating industrial-based activities.

Keywords: Alentejo, Mines, Quarries, Culture, Tourism

Contextualização Histórica

A exploração dos recursos do subsolo (minério e pedra) é uma actividade que se vem praticado desde tempos remotos, com destaque para o período romano como já foi referido, e que no nosso território assentará a partir do século I. É, no entanto, a partir do século XIX, com a moderna industrialização e o alargamento da sua influência aos diversos territórios, primeiro europeus e posteriormente em todo o mundo, que a actividade extractiva ganhará uma importância e dimensão nunca antes vista na economia mundial e que ainda hoje se mantém, pelo facto de abastecer de matérias-primas um desenvolvimento industrial cada vez mais crescente, que em meados de Oitocentos constituiu mesmo uma verdadeira revolução industrial.

Em Portugal, a modernização das explorações dos recursos do subsolo, enquadrou-se na política de fomento da Regeneração (1851-1890), que beneficiando de um período de acalmia por contraponto às situações anárquicas vividas primeiro, com as invasões francesas e, posteriormente com a guerra civil, encetou a modernização do país. Tratou-se de uma política dirigida essencialmente pelo Estado liberal, que visava a modernização através das infraestruturas, melhorando a rede viária, instalando caminhos de ferro, construindo pontes metálicas, bem como importando maquinarias e novos processos produtivos.

O papel desempenhado pelos recursos do subsolo durante este período, seria o de, numa economia de livre comércio e exportação, funcionarem (a par do vinho e da cortiça), como um contrapeso na balança comercial, face às contínuas importações de máquinas e matérias-primas que se destinavam ao esforço de modernização nacional (Cabral 1979, 58-99).

Dado que as potencialidades destes recursos eram elevadas e as suas explorações tinham que ser enquadradas legalmente para constituírem fontes de receita, foi lançada a Lei de Minas de 1852 que possibilitou grandes investimentos, sobretudo estrangeiros, e deu origem a produções em grande escala que acabarão por alimentar as indústrias transformadoras da Europa central.

É então que, neste contexto e neste período, se dá a modernização do Alentejo, que numa primeira fase assentou não só na introdução do caminho de ferro ou na prática de uma agricultura moderna, mas também da modernização da produção têxtil, das indústrias da transformação de cortiça, da moagem de cereais, em particular de trigo, e da extracção de

minérios, em especial os metálicos. Serão estas, à excepção dos têxteis, as principais actividades secundárias da região Alentejo até ao despoletar da I Guerra Mundial (Guimarães 2006, 151-162).

O desenvolvimento industrial encetado pela Regeneração acabou por dar origem a duas mineralizações distintas. A primeira, na segunda metade do século XIX, relacionada com as grandes explorações de minérios metálicos, com destaque para as minas do Alentejo, assentes na zona portuguesa da Faixa Piritosa Ibérica[1], no distrito de Beja, respectivamente: Aljustrel em 1846; S. Domingos em 1854; Caveira em 1855; e Lousal em 1882. Uma segunda mineralização teve lugar a partir da década de 1920, já noutro contexto económico e político, com base na exploração dos mármores do Alentejo, mais precisamente aqueles existentes nos concelhos de Borba, Estremoz e Vila Viçosa (Alves 2015).

Em termos de contextualização da produção mineira, o Alentejo através das suas minas de pirite, representou a vanguarda deste sector até quase ao final de Oitocentos, com especial destaque para a de S. Domingos, na margem esquerda do Guadiana, localizada no concelho de Mértola, em plena Faixa Piritosa Ibérica, um berço geológico rico em vários minérios, que tem na pirite a principal mineralização do seu solo. Dela extraia-se a principal razão da existência destas minas, o cobre, e mais tarde, o enxofre[2], numa composição de perfis industriais que foram o produto de circunstâncias próprias das respectivas épocas históricas, numa lógica de acompanhamento e adaptação aos ciclos produtivos e comerciais (Quintas e Pereira 2016, 109-119).

O reconhecimento das suas potencialidades para efeitos de mineração remonta à Antiguidade, com as primeiras prospeções intensas neste jazigo a verificarem-se no tempo da ocupação romana, essencialmente para obtenção de prata e cobre. Decorreram durante quase 4 séculos, extraindo-se mais de 20 milhões de toneladas de minério. Foram, todavia, encontrados nas redondezas vestígios de fenícios e cartagineses, viabilizando-se a hipótese de outros povos o terem explorado em tempos mais remotos.

A partir de meados do século XIX, o Alentejo conheceu uma progressiva modernização da indústria, com ênfase na exploração dos seus recursos geológicos. Assim, e paralelamente ao caso espanhol, na época contemporânea, o processo de industrialização português também viveu o fenómeno da "febre mineira" que intersectou o sul da península. Enquanto Espanha prosperava com as minas de pirite de Tharsis e Rio Tinto, Portugal teve as indústrias mais paradigmáticas desses filões em Aljustrel e S. Domingos. Em ambos os exemplos, o destino da produção era a exportação para as grandes indústrias do norte da Europa.

Em 1854, o *gossan*[3] que integrava o jazigo de S. Domingos foi visível aos olhos de Nicolas Biava[4], um capataz piemontês das minas de Tharsis que enviado por Ernest Deligny, engenheiro de minas francês director dessa exploração, para avaliar a viabilidade económica daquele solo. A suspeita começara em 1850, após a publicação de um artigo na *Revista Minera*, que apontava para a existência de uma mineração antiga naquela zona, na serra de S. Domingos, perto da ermida dedicada a esse santo. Ainda em 1854, Biava solicitou na administração do concelho os direitos de descobridor legal, concessão provisória e autorização para início dos primeiros trabalhos de lavra. O processo que se seguiu havia sido preparado desde o primeiro instante. Em 1855, Biava cedeu os seus direitos a Deligny[5], o qual em Novembro constituiu sociedade com Louis Armanieu[6] e Eugene Duclerc[7]. Nasceu assim, com capitais franceses, porém sediada em Huelva, a *La Sabina Mining Company*. Contudo, a companhia que dinamizaria o polo industrial de S. Domingos seria outra.

Em 1858, a La Sabina celebrou um contrato de arrendamento, a título individual, com James Mason, engenheiro de minas inglês formado na École des Mines de Paris. Embora não fundador, Mason era já membro da La Sabina, e a partir deste ponto, acumularia lucros pelas duas vias. Em 1873, juntamente com o seu cunhado Francis Barry, fundou a sociedade *Mason & Barry Limited*, com sede em Londres. Mason foi autor de todos os planos e iniciativas operadas nos primeiros anos da mina, tendo sido pioneiro em vários experimentos levados a cabo no estabelecimento. Mason afirmava que a prosperidade de uma empresa dependia da versatilidade, preceito que as administrações subsequentes tenderem a cumprir.

De realçar que estamos perante o Portugal da Regeneração e do Fontismo, e a Regeneração orgulhava-se dos seus homens, fossem eles nacio-

1 A Faixa Piritosa Ibérica é uma área geológica formada por acção vulcânica, há 359 milhões de anos. Corresponde ao território compreendido entre o Baixo Alentejo e a Andaluzia, com uma extensão de aproximadamente 250 / 300 km de comprimento por 30 / 50 km de largura, tendo sido um dos maiores chapéus de ferro da Europa - nome atribuído à parte mais superficial e exposta de um filão mineral, que consiste na visualização de uma rocha intensamente oxidada, erodida ou decomposta. Foi também um dos grandes distritos europeus para metais básicos, estimando-se que tenha gerado cerca de 1300 milhões de toneladas de minério. A par da pirite, existem centenas de intercalações de jazigos de manganês, em todo o depósito.

2 Extraídos a par de outros minérios secundários, como o níquel, cobalto, ouro, prata,

3 Sinónimo de chapéu de ferro.

4 Nicolas Biava foi também o responsável pela identificação do filão das minas de Caveira, um ano mais tarde.

5 Isto aconteceu à revelia do comprimento dos trâmites legais em vigor, pois a cedência de direitos implicava que Biava detivesse oficialmente a propriedade registada, o que só aconteceu em 1857. Ou seja, quando Biava oficialmente se tornou o descobridor legal e proprietário da mina, todo o processo era já controlado pela *La Sabina*, os primeiros trabalhos de lavra já haviam começado anos antes, assim como os primeiros sinais de povoamento.

6 Ministro dos Negócios Estrangeiros francês e duque de Decazes e de Glucksbierg.

7 Deputado, banqueiro e antigo ministro da Fazenda francês.

nais ou estrangeiros. Não foi por acaso que a consagrada Lei de Minas de 1852 inaugurou o princípio de liberdade mineira e a abertura do país à penetração de capitais estrangeiros, conjugando-se com a febre mineira que se fazia sentir. Em toda a sua essência, James Mason foi um homem da Regeneração, e o governo português não lhe foi indiferente, tendo sido por três ocasiões, agraciado com títulos nobiliárquicos: Barão do Pomarão (1866), Visconde de S. Domingos (1868) e Conde do Pomarão (1897).

Com efeito, a Mason & Barry foi a detentora da concessão durante a maior parte do período de actividade, e a responsável pela edificação do complexo mineiro da Mina de S. Domingos, à margem daquilo que é conhecido hoje. Maioritariamente impulsionada por capitais britânicos, dotados de um *know-how* técnico específico, esta mina laborou durante 112 anos (1854-1866[8]), dos quais se estima que tenham sido retiradas 25 milhões de toneladas de minério.

Neste sentido, e à luz das dinâmicas apresentadas, a prosperidade articulava-se com o contexto de origem do empreendimento: um investimento colectivo solidamente organizado, que agrupou conhecimentos empresariais, bancários e intelectuais do meio mineiro europeu. Como tal, conhecer verdadeiramente a instalação mineira de S. Domingos, é compreender que os laços e interesses que ligavam os homens da mineração Oitocentista, tinham raiz em quadros empresariais que, muitas vezes, transcendiam, as próprias administrações mineiras.

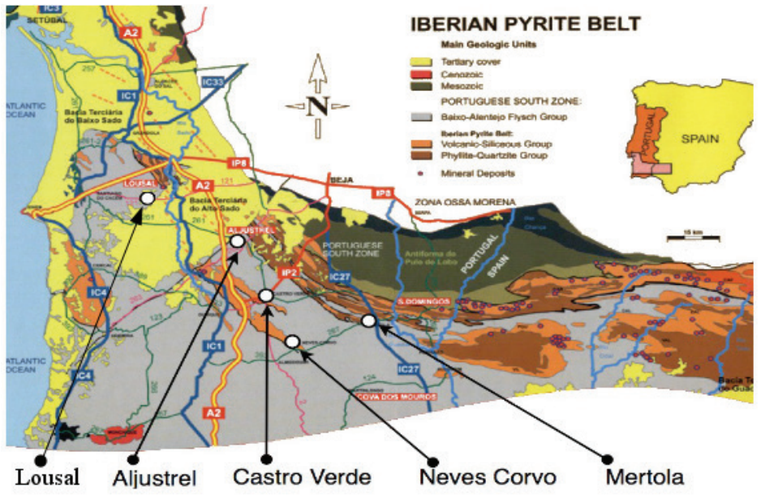


Figura 1. A Faixa Piritosa Ibérica, pormenor das minas portuguesas

8 Cessação da actividade, por esgotamento económico do jazigo

No que aos mármores diz respeito, a sua exploração também é antiga e foi sendo efectuada ao longo dos séculos, mas ao contrário dos minérios metálicos, a sua industrialização não teve lugar senão já no século XX. A legislação da regeneração não teve impacto nestas explorações. A lei de Minas de 1852 incentivou como já se referiu os minérios metálicos, já o Regulamento de Lavras de Pedreiras de 1884 acabaria por influenciar a modernização da extracção de outras pedras que não o mármore, como é o caso das Lousas de Valongo, no norte de Portugal (Alves 2015).

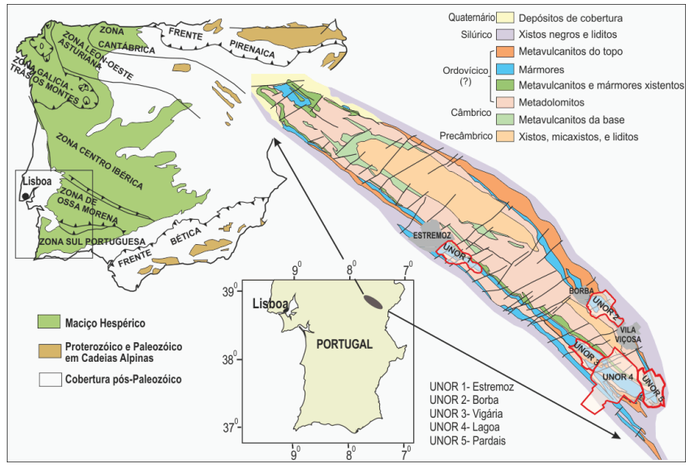


Figura 2. O Anticlinal de Estremoz (Carta Geológica 1997, IGM)

Na década de 1920, assiste-se ao desenvolvimento da maior indústria de exploração de minérios não metálicos em Portugal, mais uma vez com predominância para o Alentejo e ainda que existissem outros núcleos importantes de extracção de pedra (lousas, calcários, mármores), vai ser no Anticlinal de Estremoz que se implantará a principal exploração nacional de rocha ornamental, com destaque para o mármore.

Caracteriza-se este território como uma das principais unidades tectono-estatigráficas do período geológico orógeno hercínio que se desenvolveu entre os períodos Devónico e Carbónico, há cerca de 400 / 500 milhões de anos. Com uma extensão de aproximadamente 40 km de extensão por 15 km de largura, abrange os concelhos de Borba, Estremoz e Vila Viçosa, possuindo a maior reserva de mármore cristalino de excelente qualidade (brancos, cremes, rosas, azul, etc.).

Em termos de exploração das suas pedreiras, a mesma vinha sendo efectuada em moldes tradicionais, de pequena dimensão, para suprir neces-

sidades pontuais e recorrendo a métodos rudimentares. Após o primeiro conflito mundial, este território vai assistir à chegada de grandes empresas exploradoras, detentoras de grandes capitais, novos métodos e tecnologias que tinham como objectivo exportar para os grandes mercados mundiais, alimentando de mármore as necessidades artísticas e arquitectónicas de um mundo em constante desenvolvimento.

Neste território com 3 distintos concelhos, a implantação destas sociedades exploradoras foi efectuada de forma variada, identificando jazidas, sobretudo aquelas que eram conhecidas desde tempos remotos, efectuando os contratos com os donos das terras para compra ou aluguer das propriedades, e a partir de 1918 começam-se a conhecer para o século passado o progressivo assentamento de diferentes empresas:

1918 – Sociedade dos Mármores e Cerâmicas de Estremoz e Borba;

1923 – Sociedade dos Mármores de Portugal

1927 – Mármores de Sousa Batista

1928 – Sociedade dos Mármores de Vila Viçosa e Sociedade Luso Belga de Mármores S.A.

Este período entre 1918 e 1928 marca o momento em que desponta a moderna indústria de mármore, no qual se dá o primeiro grande salta tecnológico, caracterizado sobre tudo por estas 5 sociedades exploradoras, às quais nos anos seguintes muitas se iriam juntar (Quintas 2016).

Destas, realçamos a acção daquela última, a Sociedade Luso Belga de Mármores S.A. que se originou a partir dos interesses de investidores belgas com relações ao engenheiro de minas Leopoldo Barreiro Portas. A sociedade surgia através de um investimento de capitais mistos de vários industriais portugueses (Pardal Monteiro, Sousa Batista, etc.) com industriais e empresas belgas. Foi em grande medida um movimento expansionista de uma grande empresa belga de exploração de mármores: a *Societé Anonyme de Merbres-Sprimont*, de Merbres-le-Chêteau, na região belga da Valónia, que para além da região, possuía já centros produtores na França, Alemanha, Grã-Bretanha, Holanda e em Marrocos, cuja rede comercial abarcava os cinco continentes. Seriam, em grande medida, os belgas os primeiros responsáveis pela transferência de tecnologia verificada na década de 1920 / 1930 nos mármores portugueses, fruto da sua experiência no ramo que já datava do século XVIII (S.A. Merbres – Sprimont, 1928).

A produção das pedreiras do mármore Alentejano aumentaram enormemente a partir do processo de modernização da sua actividade: se em 1885 as poucas pedreiras em funcionamento atingiam várias dezenas de metros cúbicos (Borba com 3 pedreiras rondava os 250 metros cúbicos/ano e Estremoz com 4 pedreiras rondava os 5 metros cúbicos/dia), em 1910 já se atingiam 121 toneladas de mármore em bloco, para em 1930 chegarem às 21811 toneladas (Mapa de Pedreiras em Lavra 1885; Portas 1931, 481-482) e tal era a intensidade destas explorações que em vésperas da CEE se contabilizavam 18182 toneladas extraídas (Filipe 2015, 57-93).

As Explorações Industriais como Geradoras de Comunidades:

No século XIX, o aparecimento das indústrias mineiras apresenta recorrentemente um padrão, pois compelia a deslocação de consideráveis massas humanas para os locais de extracção. Nasciam, desse modo, os coutos mineiros, agregados habitacionais de crescimento rápido, criados por via directa da industrialização, e para suprir as necessidades dessas indústrias (Alves 1997, 7-17).

Desta feita, trata-se de uma relação causa efeito, associada mais ao estabelecimento de grandes empreendimentos industriais. Em S. Domingos, o povoado da Mina era, nada mais, do que o produto da mina industrial. Do povoado sobreveio a comunidade, fruto de uma experiência industrial intensiva e extensiva. Historicamente, distingue-se como um dos locais industriais mais notáveis do Alentejo, que sob o signo da acção industrial, originou e modelou uma comunidade, resultante do exercício da sua actividade.

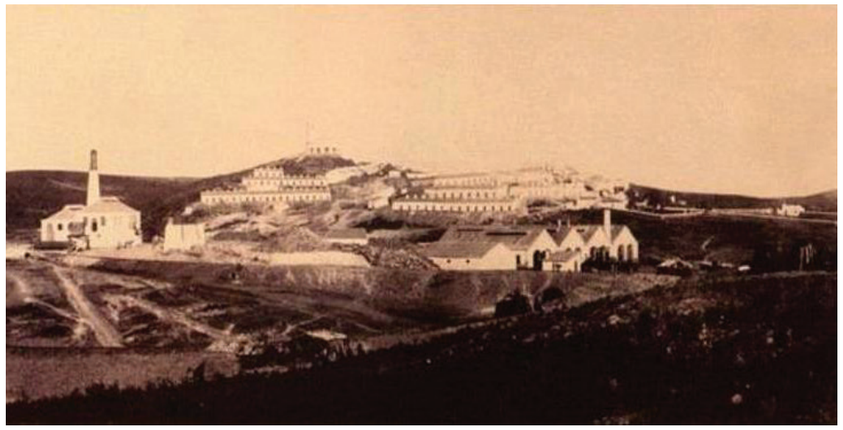


Figura 3. A aldeia primitiva da Mina de S. Domingos (sem autor, c. 1867)

Daqui por diante, comunidade e identidade passam a ser conceitos intrínsecos. A povoação chegou a albergar 4 mil indivíduos. Para além dos trabalhadores nacionais, laboravam em S. Domingos vários espanhóis, oriundos da província de Huelva, e particularmente das suas minas, assim como ingleses, embora estes desempenhassem funções administrativas ou que necessitassem de formação especializada. Por sua vez, entre a comunidade portuguesa, predominavam os alentejanos e algarvios, vindos do panorama latifundiário alentejana ou das pescas algarvias (Guimarães 1989). Atendendo à natureza agrária do Alentejo, o polo industrial da mina de S. Domingos foi o maior centro salarial do Baixo Alentejo, e ainda que desajustado à natureza dos trabalhos mineiros, o seu contributo para a economia local e para o sustento das comunidades em redor era significativo. E por este motivo, muitos dos que deixavam o posto de trabalho em S. Domingos, acabavam por regressar (Pereira 2015, 34-43).

A formação da comunidade dá o mote para a construção da ponte com a identidade social. Nestas comunidades, em termos sociais, todos os trabalhadores eram *mineiros*[9]. Independentemente da origem geográfica e das funções laborais distintas, todos faziam parte de um grupo que tinha como suporte de vida o mesmo trabalho. Eram, efectivamente, pessoas demasiado próximas da mina para que pudessem constituir um grupo socialmente diferente. Afinal, o espaço mineiro era tão estruturante quanto o tempo, e é fácil constatar porquê. As relações sociais nascidas em coutos mineiros transcendiam, muito frequentemente, a esfera dos laços laborais, estendendo-se a ligações de vizinhança e até de parentesco. A base identitária construía-se e reconstruía-se, em função dos ciclos produtivos e das

9 Isto é corroborado pelo testemunho de algumas pessoas que viveram nos últimos tempos da mina, que embora nunca tendo desempenhado as tarefas de extracção do minério, atribuíam a si mesmas essa conotação geral.

dinâmicas impostas pelo sector, numa sociabilidade específica que acabava por reflectir-se na consciência dos indivíduos e da própria comunidade. Em rigor, o imperar da Mason & Barry contribuiu, simultaneamente, para o crescimento tanto social como cultural da comunidade, num grau transgeracional e multigeracional (Guimarães 1989).

Para o contexto da exploração do mármore, ainda que os estudos sociológicos e de identidade comunitária não sejam tão aprofundados, constamos que, embora não tenham dado origem a novas comunidades no sentido de povoação, engrandeceram as existentes, contaminando-as positivamente com as suas várias dinâmicas. Ao analisarmos a evolução dos registos de licenciamentos de novas explorações (fig. 4), rapidamente percebemos que também estamos perante uma actividade económica que depressa ganha um relevo cimeiro a partir da década de 1950, destronando a agricultura e a pecuária como ocupações principais deste território.

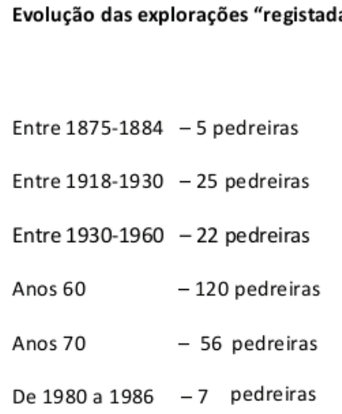


Figura 4. Registo de Pedreiras (Arquivo do Ministério da Economia)

Ora, este aumento progressivo de explorações em actividade iria reflectir-se no território de várias formas. Uma delas, desde logo, a exigência de grande mão de obra que a não existir localmente, se ia deslocar, originando um crescimento populacional imenso, dado que os mármores estavam a funcionar como factor de atracção. Outro factor a ter em conta é a fuga de mão de obra agrícola para o sector industrial, onde apesar de um trabalho mais duro e mais perigoso, o valor do jornal era bem mais elevado. Não podemos esquecer também o aumento o tráfego rodoviário naquela zona, pois a par dos transportes de cargas e descargas de matérias-primas, as deslocações quotidianas dos trabalhadores, em bicicleta e a partir de

meados do século passado em motorizada muito irão contribuir para o seu aumento substancial.

Tudo isto se processava num território exíguo já referido, de cerca de 40 km de extensão por 15 km de largura, onde o elevado número de explorações fomentavam uma densidade elevada, com pedreiras lado a lado, que constrangidas na maior parte dos casos pelos limites das propriedades anteriormente fundiárias de vinha, olival e montado, se vêm na obrigação de praticar uma lavra em profundidade, exploração essa que o ritmo de modernização tecnológica adoptada vai tornar possível.

Tal industrialização em contexto rural, não criando comunidades no sentido urbano, criou-as no sentido de pertença sócio-profissional, económico e cultural, numa sub-região do Alentejo, onde se retorna a uma cultura do mármore e que dela passaram a depender imensas famílias[10], partilhando-se em comum a mesma herança e vivências. Uma cultura de trabalho muito própria, onde se incluem os profissionais directos e indirectos do mármore, cuja análise mais aprofundada a propósito de ocupações e categorizações profissionais (Canteiros, Cabouqueiros, Brunidores, Serradores, Caleiros, etc..) e do foro sindical, nos permitirá constatar a riqueza de um saber fazer tão característico (Quintas e Hipólito 2015).

Nem todos se consideravam marmoristas ou mesmo canteiros, muitos nem trabalhavam no sector, no entanto todas as famílias da região tinham sempre alguém cuja ocupação "mexia" com o mármore e todos eles verificavam a pujança e actividade desta indústria, bem presente na arte, na arquitectura, na abundância de pedra, nos territórios esventrados em actividade ou abandonados e no nome das localidades de Borba, Estremoz ou Vila Viçosa[11], projectadas em cada pedaço de mármore que dali se começou a exportar para todos os quantos do planeta.

Património, Identidade e Turismo Cultural:

As povoações que viveram exclusivamente da actividade mineira, testemunham agora múltiplos processos de reestruturação, procurando rentabilizar o património existente em torno do desenvolvimento concelhio, numa óptica de aproveitamento para fins turísticos. Nisto, por todas as suas potencialidades, o exemplo mais evidente no Alentejo é a Mina de S. Domingos.

10 Na década de 1980, os assalariados rondavam cerca de cinco mil, aos quais acresciam os respectivos dependentes.

11 Jorge Gaspar na sua obra sobre a área de influência de Évora, cidade capital do respectivo distrito, evidencia bem este facto, referindo que a única localidade que consegue atingir um nível de rendimento *per capita* próximo ao daquela cidade e escapar à sua atracção, é Vila Viçosa, precisamente pela pujança da indústria dos mármores (Gaspar 1972).

O complexo mineiro de S. Domingos, estendido desde a aldeia até ao porto fluvial do Pomarão no Guadiana, depois da cessação da actividade, foi alvo da mais fria e metódica destruição industrial de que há memória no Alentejo. Recuperada a titularidade da concessão, a La Sabina procedeu ao desmantelamento e demolição das infraestruturas. Depois disto, a mina continuou a ser sucessivamente saqueada por particulares. O cenário de destruição foi de tal ordem que, localmente, o que restava do antigo estabelecimento industrial começou a ser designado como "ruínas". Mesmo assim, o património continua intrínseco à identidade das suas gerações mais velhas.



Figura 5. A actualidade na Mina de S. Domingos (João Abecasis Fernandes 2010)

Por decorrência do fim da exploração, verificou-se no concelho um surto de êxodo rural, traduzido no fenómeno de mobilidade mineira, concentrando-se estas pessoas na cintura industrial de Lisboa, ou em casos mais extremos, para os países estrangeiros com maior comunidade portuguesa. Basicamente, o elemento que originou a comunidade seria também o responsável pelo despovoamento da sua aldeia. Até à viragem do último século, aqueles que viveram em S. Domingos tornaram-se testemunhas da sua fragmentação e da transição do paradigma. E é nesta medida que a questão das comunidades mineiras deve ser tratada com acuidade.

Os acontecimentos históricos são a primeira premissa da memória. Quer isto dizer que contemporaneamente, não basta unir a comunidade sob um património comum. É conveniente considerar que são já cerca de três

as gerações ulteriores ao encerramento da mina, e que algumas destas pessoas não têm quaisquer laços com o passado industrial. Para existir transferência de informação, há que estimular a memória. Primeiramente, a identidade da comunidade tem de ser tratada na fonte, convocando a utilização da história e das suas novas metodologias, como a história oral e a história local. Só fazendo um uso correcto da ciência que nos permite compreender as dinâmicas conjunturais, será possível intervir com rigor no quadro da interdisciplinaridade.

Eis que a actual realidade de S. Domingos contrasta com os casos exemplares das minas de Huelva, inscritos numa óptica de educação patrimonial bastante coesa no tocante às diversas áreas disciplinares, o que se tem revelado vital na valorização e promoção do seu património industrial. Ou seja, a base que deveria sustentar este tipo de património incorre na confluência de três vertentes: o papel da comunidade, o dos órgãos de decisão (com destaque para o locais e regionais), e o da academia.

A Mina de S. Domingos tem como entidades proprietárias, zeladoras e difusoras, a La Sabina Sociedade Mineira e Turística S.A[12], a Fundação Serrão Martins[13] e o Roteiro das Minas e Pontos de Interesse Mineiro e Geológico de Portugal[14]. Juntas, têm actuado visando o aproveitamento do potencial cultural, turístico, geológico e mineiro, embora o campo que tenha conhecido, nos últimos, mais sucesso e notoriedade seja o turismo de lazer. Ainda assim, é conveniente evocar que a Câmara Municipal de Mértola e a EDM já celebraram o acordo de parceria para as obras de requalificação ambiental da mina, com a EDM a empreender essas obras em várias fases[15], lançadas a concurso. Trata-se de um projecto que envolve um investimento de 20 milhões de euros, financiado por fundos europeus, depois aprovada a candidatura ao programa operacional sustentabilidade e usos eficiente dos recursos (POSEUR). É portanto, da composição deste corolário que, nas últimas duas décadas, a povoação voltou a ser colocada no mapa, sendo este o fenómeno presente.

Porém, urge a necessidade de um esforço coordenado entre estes eventos e o meio académico. Acontece que ao invés do modelo espanhol, as transversalidades da temática de S. Domingos criaram uma consciência da

12 Herdeira da sociedade mineira de 1855, e detentora de centenas de habitações mineiras na Mina de S. Domingos e no Pomarão, das instalações industriais, da linha férrea e do palácio da administração. Em 1996 celebrou um contrato com o Estado Português e a Câmara Municipal de Mértola, no qual se prevê o planeamento da restruturação das duas localidades.

13 Constituída em 2004 pela Câmara de Mértola e a La Sabina, é uma instituição sem fins lucrativos que tem como objectivo a proteção, conservação, valorização e divulgação dos valores patrimoniais da Mina de S. Domingos e do seu complexo mineiro.

14 Uma iniciativa da Direcção Geral de Energia e Geologia (DGEG) do Ministério da Economia da Inovação e do Desenvolvimento, e da Empresa de Desenvolvimento Mineiro SA (EDM), que objectiva dar visibilidade a um conjunto de iniciativas que já se encontrem em desenvolvimento, de enquadramento institucional, dimensões e características diferenciadas, relacionados com a problemática geológica e mineira.

15 De recordar que a EDM opera ao abrigo do contrato de concessão outorgado pelo Estado em 2001, para a recuperação ambiental das áreas mineiras degradadas.

sua relevância, que tem sido produtora de estudos que atravessam parte significativa das ciências sociais e exactas, mas contudo, muito dispersa na sua actuação, gerando fracos resultados. Nesta linha de orientação, não há uma estratégia definida, o que tem estado na senda de intervenções erróneas, pela ausência de uma interdisciplinaridade criteriosa. Isto pode ser precursor na construção de quadros mentais, que se incutidos nestas comunidades pós-industriais, derrotam a educação patrimonial que poderia estar a ser feita.

No cômputo final, valorizar e patrimonializar não passa somente, nem deve começar pela recuperação de estruturas físicas e ambientais, mas sim pelo conhecimento rigoroso do quadro evolutivo das dinâmicas históricas e territoriais que nos permitam compreender a origem e as permanências do território. Se esta barreira for ultrapassada, ficará aberto o caminho para em colaboração com as entidades locais, se proceder a um turismo interventivo que não se fique pela componente de lazer, mas que englobe ao mesmo nível o prisma cultural, científico e académico, e que premeie não só o património industrial, mas também a identidade da comunidade.

Destacando as semelhanças e evidenciando as divergências, podemos afirmar que o papel do valor patrimonial também se encontra implícito na indústria dos mármores do Alentejo. Por contraponto ao exemplo da Mina de S. Domingos, as explorações de mármore, apesar de terem sofrido severamente com a mais recente crise, não encerraram na sua totalidade, continuando a ser geradoras de riqueza[16]. No entanto, devido à mecanização cada vez mais presente, reduziram-se muito os assalariados desta indústria, nada se comparando hoje com o tempo em que verdadeiras massas humanas agitavam as pedreiras e oficinas, testemunhos de uma época em que a maioria do trabalho era executado ainda à força de braços.

Este património que mencionamos não se restringe apenas ao valor monetário gerado ou do imobilizado existente, mas também ao saber-fazer técnico, industrial e artístico das oficinas de transformação, dos marmoristas e canteiros, bem como ao saber-fazer mecânico e metalúrgico das oficinas de produção de maquinaria. Nestas últimas, foram brilhando as mentes criativas, que aproveitando a torrente de transferência de tecnologia, copiaram, adaptaram e melhoraram máquinas e ferramentas necessárias ao labor contínuo das pedreiras e serrações. Foram destas empresas locais

16 Destacamos o relatório produzido em 2014 para o sector extractivo pelo então Banco Espírito Santo, onde se refere que nos últimos dois anos esse sector, que contempla os minérios metálicos e minerais de construção, valia 1.037 milhões de euros, correspondendo 31% desse valor às rochas ornamentais, cuja predominância quase absoluta vai para a pedra mármore.

que saíram os macacos, os guinchos diferenciais manuais e motorizados e até mesmo as pontes rolantes e gruas de grande porte (Quintas 2015).

Outra dimensão situa-se ao nível da paisagem, altamente humanizada, alterada significativamente quando a produção aumentou exponencialmente pela aplicação de novas técnicas e tecnologias, deste o uso do vapor e electricidade ao fio helicoidal, às perfuradoras, entre muitos outros. Algumas décadas bastaram para que poucas pedreiras sem profundidade significativa dessem lugares a centenas de explorações contíguas, que atingem hoje a centena de metros. Tudo isto originou uma paisagem quase lunar de imensos poços, acompanhados lado a lado por montanhas de pedra, "detritos" não rentabilizados pela indústria nem absorvidos pelo mercado (Matos e Quintas 2015).



Figura 6. Pedreira da Marmetal à estrada de Vila Viçosa, ao fundo escombreiras (Arquivo CECHAP 2015)

Estes elementos constituem um património muito próprio, ao qual juntamos ainda as estruturas produtivas, quer as abandonadas quer as em actividade, assim como os monumentos ou elementos onde o mármore foi aplicado ou constituído por ele. Como no caso das peças de estatuária, que são património, pois tratam-se elementos portadores de uma cultura muito própria, e que reflectem uma identidade particular das comunidades que os criaram ou moldaram.

Esta indústria, que pelas suas dimensões e importância económica não pode ser ignorada, é uma das muitas expressões culturais que são parte integrante do quadro regional do Alentejo, e que se reveste de particular relevo se tivermos a sua actividade, mais ou menos intermitente, pelos últimos 2000 anos.

Toda esta indústria é dependente de um mercado externo altamente exigente e necessita de uma contínua dinamização. E se a mesma deve ser feita ao nível industrial com a racionalização da actividade, também pode e deve ser realizada ao nível cultural, beneficiando o património natural e geológico das iniciativas que lhe possam aportar valor, através das suas expressões, e a partir daqui para o turismo cultural de base industrial.

Para tal, como defendemos recentemente, «para que a promoção e divulgação do território sejam sustentáveis, é necessário um sólido conhecimento prévio das dinâmicas históricas e territoriais, que só se pode alcançar com recurso a uma investigação credibilizada com especialistas e instituições integradas na estratégia científica nacional» (Quintas 2017, 46-47).

É neste sentido que a Associação CECHAP[17] vem promovendo o estudo sobre a indústria dos mármores, através do seu projecto PHIM – Património e História da Indústria dos Mármores, cujo objectivo passa pelo estudo histórico, mas também artístico e territorial desta actividade, como forma de compreender a sua evolução, as suas dinâmicas e perspectivar as suas valências actuais e futuras[18].

Trabalhando em simultâneo numa perspectiva pluridisciplinar e integradora, este Centro de Estudos desenvolve ainda um projecto de turismo cultural (Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz)[19] no qual se vão integrando os contributos da investigação realizada, a fim de manter uma permanente criação de conteúdos para melhorar as suas dinâmicas, e compreender melhor as realidades de maneira a salvaguardar o património que lhe é inerente. Esta acção integradora acaba também por publicitar a própria indústria viva, não só nas visitas efectuadas, como também na participação em eventos científicos nacionais e internacionais. É ainda assumido o compromisso de procurar incentivar a discussão de estratégias de desenvolvimento territorial e de promoção das comunidades.

O compromisso pode ainda passar, entre outros, pelo esforço de compreender o possível aproveitamento das matérias-primas não absorvidas pelo mercado, em termos de sub-produtos e de *design*; à preservação da

17 http://www.cechap.com/quem-somos
18 http://phim.cechap.com/project
19 http://www.rotadomarmoreae.com/quem-somos

actividade artesanal e artística como forma de salvaguarda de tradições e saberes específicos, e à identificação de antigos mercados de exportação quer para novas vendas, quer para através do estudo das origens dos materiais, auxiliar as práticas de conservação e restauro na aplicação das mesmas matérias-primas, mantendo assim a originalidade.

«Estas práticas são formas de atingir a autenticidade e de preservar as memórias genuínas das comunidades, tendo sempre em consideração que o mármore do Alentejo está presente em todo o mundo e assim se projecta a região a cada pedaço que dela vai saindo» (Ibidem).

A investigação realizada pelos investigadores do CIDEHUS foi apoiada pelo Projecto UID/HIS/00057/2013 – POCI--01-0145-FEDER-007702

Fontes e Bibliografia

Alves, Helena. "Mina de S. Domingos: um caso de tipologia industrial mineira" *Arquivo de Beja*, 1997.

Acervo Documental da *Mason and Barry*, Mina de S. Domingos.

Arquivo Distrital de Beja, *Governo Civil; Cartório Notarial de Mértola*, Beja.

Arquivo Distrital de Évora, *Governo Civil*, Évora.

Arquivo Nacional da Torre do Tombo, *Ministério do Interior*, Lisboa.

Cabral, José Augusto Cesar das Neves. *Estatística mineira: anno 1882*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1886.

Cabral, Manuel Villaverde. *Portugal na Alvorada do Século XX. Forças sociais, poder político e crescimento económico de 1890 a 1914*. Lisboa: A Regra do Jogo, 1979.

Castro, Armando de. *A Revolução Industrial em Portugal no Século XIX*. Porto: Limiar, 1978.

Colecção de Legislação sobre a Pesquisa, Lavra e Impostos de Minas, Lavra de Pedreiras e Aproveitamento de Nascentes de Águas Minero-Medicinaes no Continente do Reino e Ilhas Adjacentes. Lisboa: Imprensa Nacional, 1914.

Filipe, Carlos. "Um crescimento pontuado por crises: a indústria e os industriais do mármore no século XX". In *Mármore, Património para o Alentejo: Contributos para a sua história (1850-1985)*, ed. by Daniel Alves, 57-93. CECHAP, 2015.

Gaspar, Jorge. *A área de influência de Évora: sistema de funções e lugares centrais*. Centro de Estudos Geográficos, 1972

Guimarães, Paulo. *Elites e Indústria no Alentejo (1880-1960)*. Lisboa: Edições Colibri, 2006.

Guimarães, Paulo. *Indústria e Conflito no Meio Rural. Os mineiros alentejanos (1858-1938)*. Lisboa: Edições Colibri e CIDEHUS-UE, 2001.

Guimarães, Paulo. *Indústria, Mineiros e Sindicatos. Universos operários do Baixo Alentejo dos finais do século XIX à primeira metade do século XX*. Lisboa: ICS, 1989.

J. Rozez (éditeur). *Société Anonyme Merbres – Sprimont*. Bruxelles, 1928.

Junior, Manuel Rodrigues. *A Indústria Mineira em Portugal*. Coimbra: Coimbra Editora, 1921.

Mapa de pedreiras em Lavra para 1885, Ofício nº 21 da Administração do Concelho de Borba, de 12 de Maio de 1886 e Ofício nº 111 da Administração do Concelho de Estremoz de 13 de Maio de 1886 – Arquivo Distrital de Évora, Fundo do Governo Civil, Secção 03 – Minas, Cx.222, Pç. 18

Matos, Ana Cardoso de; Quintas, Armando. "A exploração dos mármores: da alteração da paisagem ao património industrial". In *Mármore, Património para o Alentejo: Contributos para a sua história (1850-1985)*, ed. by Daniel Alves, 162-176. CECHAP, 2015.

Pereira, José de Campos. *Portugal Industrial*. Lisboa: Livraria Profissional, 1919.

Pereira, Vanessa Alexandra. "A Questão Social na Mina de S. Domingos no Tempo do Estado Novo: Lógicas, Dinâmicas e Ofensivas Sociais". In *Iberografias*, coord. by Rui Jacinto, Alexandra Isidro, 34-43. Guarda: Centro de Estudos Ibéricos, 2015.

Portas, Leopoldo, "Os mármores de Vila Viçosa" *Album Alentejano. T. II – Distrito de Évora*, Lisboa, Imprensa Beleza, 1931.

Quintas, Armando. "As grandes empresas portuguesas e estrangeiras na exploração do Mármore do Anticlinal de Estremoz no século XX" in *Iberian Interconnections - Conference Proceedings*, edited by Susana Rocha Relvas, Rikki Morgan-Tamosunas e Maria Gómez Bedoya, 199-210. Porto, Universidade Católica, 2016.

Quintas, Armando. "A indústria do mármore enquanto património e cultura do Alentejo". *Revista Alentejo*, 41, 2017.

Quintas, Armando; Pereira, Vanessa. "As Minas Portuguesas da Faixa Piritosa Ibérica: A Pirite Alentejana na Economia Nacional Oitocentista" in *Iberian Interconnections - Conference Proceedings*, edited by Susana Rocha Relvas, Rikki Morgan-Tamosunas e Maria Gómez Bedoya, 109-119. Porto, Universidade Católica, 2016.

Quintas, Armando. "Técnicas e tecnologias ligadas ao mármore: uma viagem pela história". In *Mármore, Património para o Alentejo: Contributos para a sua história (1850-1985)*, ed. by Daniel Alves, 129-159. CECHAP, 2015.

Quintas, Armando; Hipólito, Ricardo. “A organização sindical dos trabalhadores do mármore na segunda metade do século XIX”. In *Mármore, Património para o Alentejo: Contributos para a sua história (1850-1985)*, ed. by Daniel Alves, 104-314. CECHAP, 2015.

Notas Biográficas

Armando Quintas

Membro do CIDEHUS - Universidade de Évora, Presidente da direcção do CECHAP - Centro de Estudos de Cultura, História, Artes e património. Doutorando em História pela Universidade de Évora, Mestre em Gestão do Património Cultural e Industrial no Programa Erasmus Mundus TPTI - Techniques, Patrimoine, Territoires de l’Industrie pelas Universidades de Paris I, Évora e Pádua, Licenciado em História - Ramo Património Cultural, pela Universidade de Évora. Tem desenvolvido investigação sobre o património industrial e paisagens da produção no sul de Portugal, nomeadamente sobre a indústria de moagem, de transformação de cortiça e indústria do Mármore.

Vanessa Alexandra Pereira

Nascida em Lisboa (1991), é licenciada em História pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH/UNL), e mestranda em História Contemporânea pela mesma instituição. Desenvolve actividade como investigadora integrada do Instituto de História Contemporânea (IHC-FCSH/UNL), investigadora da Rede Indústria História Património (RIHP), e investigadora colaboradora do grupo de trabalho Património Industrial no Sul de Portugal (PINSP). Tem como domínio científico a indústria mineira da Faixa Piritosa Ibérica, participando em projectos e produzindo estudos dedicados à sua economia, tecnologia, relações internacionais, conflitos sociais, história local, e valorização cultural e turística do respectivo património industrial. Foi bolseira de investigação do Centro de Estudos Ibéricos (CEI) no âmbito do programa INTERREG / cooperação transfronteiriça España – Portugal, em regime de parceria com a Universidade de Coimbra, Universidad de Salamanca e Instituto Politécnico da Guarda.

TURISMO E PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

A Rota do Mármore entre a indústria e a oferta turística: dificuldade ou oportunidade?

Carlos Filipe

Resumo

Com o presente artigo procuramos contribuir para o conhecimento da comunidade da existência de um roteiro industrial e patrimonial, enquanto experiência turística e cultural, valorizada com os contributos da História, enquadrada na geografia do Anticlinal dos Mármores, com a sua industria extractiva, transformadora e criativa, centrada nos concelhos de Borba, Estremoz e Vila Viçosa.

Palavras-chave: Mármore, Anticlinal, Rota, Turismo, Cultura

Abstract

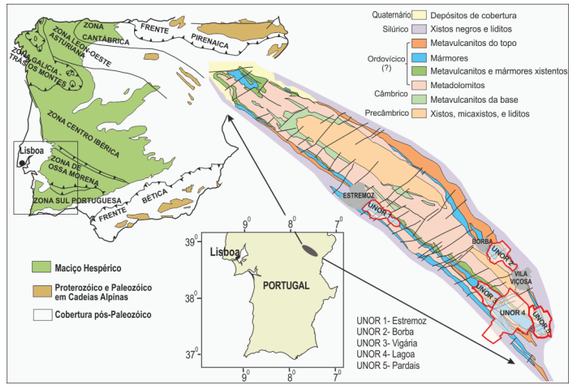
With this article, we seek to contribute to the community ‘s knowledge of the existence of an industrial and heritage roadmap, as a tourist and cultural experience, valued with the contributions of History, framed in the Marbles anticline geography, with its extractive, transformative and creative industry, centered on the boroughs of Borba, Estremoz and Vila Viçosa.

Keywords: Marble, Anticline, Route, Tourism, Culture

A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz: justificação do seu contributo

A vivência cultural, mormente o da patrimonialização e da musealização dos objectos e sítios, tem enfrentado actualmente novos desafios. Este alinhamento tem se verificado um pouco, pelos países mais desenvolvidos, com novas experiencias de uso do património, oportunidade e transmissão de conhecimento nas regiões afectas. Trata-se de ampliar o universo das possibilidades propostas à prática cultural da generalidade dos cidadãos. E essa prática cultural contém em si, não apenas a fruição dos bens patrimoniais, mas igualmente a utilização do património como incentivo à «criação» cultural. Isto supõe que do usufruto intencional do património há-de resultar num acréscimo de níveis de educação patrimonial, de educação ambiental, de educação técnica e científica, que potenciarão os índices de participação cívica e fomentarão a necessidade de intervenção, a imaginação, a criatividade.

A geografia de Estremoz, Borba e Vila Viçosa, também conhecida pelo – o Anticlinal de Estremoz[1] –, localizada no distrito de Évora - Portugal, é uma das mais antigas e produtivas superfícies de extracção de mármores do nosso país.



A importância sócio-económica desta actividade é bem conhecida na região. As memórias pessoais e sociais que tem gerado ao logo dos tempos serão hoje difíceis de reconstituir. Mas estamos ainda a tempo de resgatar as vivências das últimas gerações que trabalharam nas pedreiras – empresários, técnicos e operários. Será igualmente possível reconstituir os saberes técnicos e científicos que a extracção dos mármores foi gerando ao longo de séculos de actividade.

1 Jorge M. F. Carvalho - Cartografia Temática do Anticlinal, Zona dos Mármores, 2008.

Através do projecto PHIM – Património e História da Industria dos Mármores[2], desenvolvido pelo Centro de Estudos do CECHAP, em cooperação cientifica com outros Centros Académicos, CIDEHUS da Universidade de Évora; o extinto Centro de Estudos de História Contemporânea, agora integrado no CIES do ISCTE-IUL e o IHC – Instituto de História Contemporânea da Universidade Nova de Lisboa, foi possível desenvolver entre 2013 e 2015, a primeira fase do estudo dedicado, à recolha de testemunhos orais de antigos actores da indústria dos mármores, efectuar um levantamento sobre a arqueologia industrial do século XIX e XX, e ainda, um levantamento documental sobre actividade, legislativa, o licenciamento de pedreiras e empresas, técnicas e evolução tecnológica para o período cronológico atrás descrito.



PORTUGAL MARBLE ROUTE

O trabalho humano transformou o mármore em bens patrimoniais históricos e artísticos, esses sim, visíveis não apenas na região, e em grande abundância, mas um pouco por todo o país e nos quatro cantos do mundo[3].

Este conjunto de bens patrimoniais (materiais e imateriais) é um recurso inestimável que temos à nossa disposição para o desenvolvimento económico e social da região e para o desenvolvimento cultural de todos os que intencionalmente dele quiserem usufruir.

2 Alves Daniel (coord.); Ana Cardoso de Matos; Armando Quintas; Carlos Alexandre Sousa; Carlos Filipe e Ricardo Hipólito – Mármore, Património para o Alentejo: contributos para a sua História (1850-1986). 2015, Talentirazão, Lda., CECHAP, Vila Viçosa, 2015. Consultar ainda: http://phim.cechap.com/

3 Alfredo Tinoco (coord.); Carlos Filipe e Ricardo Hipólito – *A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz*, CEHC – ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2014. Ver ainda, sobre a riqueza patrimonial gerada pelo mármore da região veja-se Nuno Milheiro, «O mármore como Património Cultural», *in Actas do V Congresso Internacional da Pedra Natural*, Vila Viçosa, 2003.

Trata-se de um novo desafio para os nossos dias: o de salvaguardar, estudar, cuidar do património para poder utilizá-lo como recurso turístico, tendo em vista o enriquecimento cultural e o desenvolvimento sustentável da região.

A salvaguarda e a reabilitação do património são hoje obrigações consignadas na lei e requeridas pelas comunidades, contemplando as funções rememorativas, de herança e de matriz identitária inerentes aos bens patrimoniais.

O novo desafio que se apresenta agora ao património é transformá-lo em recurso turístico. As operações de conservação, sabemo-lo todos, são tarefas especializadas e geralmente onerosas. Também por esse motivo a recuperação patrimonial implica que se lhe atribuam novas funções que, na generalidade dos casos, podem conciliar a vertente cultural com o turismo. Isto é: o novo desafio de combinar de maneira diferente e inovadora a cultura e a economia, transformando os patrimónios e as memórias que lhe estão associadas em experiências turísticas no sentido real da palavra, ou seja, com novas funções que impliquem a sua reelaboração produtiva.

O valor do objecto patrimonial não está normalmente associado às qualidades físicas do objecto, mas antes a um valor acrescentado pelos homens que depende de um conjunto de referências históricas, sociais, económicas, culturais, psicológicas... e que varia com as pessoas e os grupos que lhe atribuíram tal ou tal outro valor. Isto significa que o património não é um fim em si mesmo. É um meio. É um recurso que nós temos utilizado ao longo do tempo.

Usamos o património em diferentes contextos de tempo e de espaço: como recurso de *rememoração*, função primordial do objecto patrimonial, enquanto nos assegura as noções de continuidade e de mudança, passado e presente; usamo-lo como recurso *didáctico*; como recurso *científico*; e também como recurso *turístico*. O património tem, antes de mais, um valor instrumental.

A nossa herança cultural é, pois, um amplo repositório de recursos potenciais que podemos utilizar agora e no futuro para o desenvolvimento cultural e social das nossas comunidades.

Aos bens patrimoniais têm sido associados outros valores que nos são igualmente familiares: o valor estético, o valor social, o valor informativo, o valor económico.

Nos últimos tempos nasceram novas realidades que nos permitem integrar harmoniosamente dimensões económicas e culturais, reintegrando o património na sua função produtiva e tendo como referência o desenvolvimento sustentável que nos garanta o futuro.

A conjugação de valores históricos, artísticos, técnicos, culturais, simbólicos e económicos torna-se, assim, num suporte privilegiado das novas funcionalidades do património – a actividade turística com forte conotação cultural.

Com efeito, o turismo é hoje uma actividade transversal que proporciona variadas oportunidades de desenvolvimento económico, coesão social e de enriquecimento cultural das comunidades locais e daquelas que as visitam.

A aliança da cultura e do turismo apresenta muitos desafios, mas oferece igualmente muitas oportunidades. A diversidade dos patrimónios presentes no território constitui uma das vantagens essenciais da oferta cultural local. Por tal razão, devemos mobilizar todos os recursos existentes no terreno: os bens de interesse cultural, museus, centros culturais, equipamentos, saberes, saberes-fazer...

Mas a quantidade não garante por si só o êxito dos empreendimentos turístico-culturais. As políticas turísticas têm de ser decididas em função das características e das necessidades da realidade sócio-territorial, sabendo respeitar o património sem descurar a sua nova função produtiva tendo sempre como referência a sustentabilidade, que é uma necessidade e uma garantia do futuro do território e das gentes que o habitam.

Sendo assim, não se trata aqui de vender o património, mas antes de valorizar os recursos que temos ao nosso dispor, tendo em vista o desenvolvimento integral da comunidade local e dos visitantes.

Uma tal valorização produtiva do património é geradora de emprego e tem de estar ligada à inovação tecnológica e à criação de riqueza.

É, então, necessário aliar a *inovação cultural* à *criatividade turística*, estruturando, assim, um novo factor de desenvolvimento.

A nova actividade turístico-cultural fará sentir os seus efeitos económicos de várias maneiras:

- mobilizando variadas actividades em torno da visita a monumen-

tos, museus, sítios, oficinas artesanais, unidades produtivas... (trata-se aqui da emergência de uma nova fileira do turismo cultural – as rotas ou itinerários patrimoniais);

- desenvolvendo competências num amplo conjunto de actividades económicas;
- reforçando as capacidades de criação e inovação das empresas.

Por outro lado, o património assim entendido é igualmente um poderoso factor de desenvolvimento social:

- cria valores sociais comuns, na medida em que difunde referências para o conjunto dos membros da comunidade e reforça o sentimento de pertença à colectividade;
- cria uma imagem de marca que identifica o território em relação a outros;
- garante os laços de ligação ao passado;
- incentiva a capacidade de criar o futuro;
- reforça os mecanismos de coesão social – integração, reintegração.

Esta nova fileira de turismo cultural – as *rotas* ou *itinerários* – é uma das experiências mais interessantes desenvolvidas nas últimas décadas usando a valorização do património local ou regional para o seu desenvolvimento.

Por isto, foi criada e encontra-se hoje a ***Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz***[4], em funcionamento que reúne cinco concelhos integrados na geografia do Anticlinal dos Mármores, (Alandroal, Borba, Estremoz, Sousel e Vila Viçosa).







A ideia não é nova e tem sido um êxito um pouco por todo o mundo, usando vários bens patrimoniais em territórios muito diferentes. Mas tem sido pouco utilizada entre nós e nem sempre do modo mais adequado.

Em França, na década de cinquenta do século passado, foram criados o Circuito Turismo do Aço e o Circuito Turismo da Lã, promovidos pela Comissão de Turismo Económico. Essas rotas temáticas de turismo industrial levaram muitos estrangeiros a visitarem esses sectores importantes da economia francesa. Identificados por «circuitos económicos», estavam preparados com a informação da história dos lugares e da sua indústria, divulgados através de edições de brochuras com o título *A França e as suas produções e realizações*[5].

Ao longo do nosso estudo foi possível ter conhecimento da existência de outros projectos culturais em fase de instalação ou em actividade plena em Portugal. Todas elas, além das vantagens para o desenvolvimento local, permitem ao visitante o contacto directo com a natureza e os vários patrimónios propiciando, assim, um acréscimo de educação patrimonial e ambiental e, em muitos casos, um aumento da cultura científica.

A *Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz* (Alandroal, Borba, Estremoz, Sousel, Vila Viçosa), faz parte integrante da Associação de Estudos de Cultura, História, Artes e Patrimónios, que tem vindo a desenvolver a sua actividade a partir da sua sede em Vila Viçosa, desde 2012. Numa fase experimental, dirigida para um público especifico, alunos do ensino superior.

Os autores do projecto da rota, registaram o seu estudo que fora publicado em 2014 em livro pelo Centro de Estudos de História Contemporânea do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, [Fig. 7, 8], como Propriedade Intelectual, com o registo n.º 3855/2011, na Inspecção-Geral das Actividades Culturais.

Foi igualmente registado a marca da RMAE no Instituto Nacional da Propriedade Industrial, registo n.º 177/2012. Desde 2014 a Rota do Mármore AE, dispõem do Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística, do Turismo de Portugal, com o registo n.º 145/2014[6].

Contando inicialmente com três núcleos dinamizadores com os seus percursos definidos: o Centro Ciência Viva, em Estremoz[7], local onde a ciência e a tecnologia «rompem as paredes dos laboratórios» e que inclui uma exposição sobre a geologia da região do mármore; o CEVALOR, em Borba, Centro Tecnológico e de Valorização das Rochas Ornamentais e Industriais[8] apostado na inovação técnica e na dinamização económica do sector das rochas; o Museu do Mármore "Raquel de Castro", é propriedade da Câma-

4 www.rotadomarmoreae.com

5 Boletim mensal dos Lanifícios - Retalhos: «Circuito turístico do Aço, Circuito Turístico da Lã». Ano v, n.º 53 e 54, Maio, Junho de 1954.

6 Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística, consultar: http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/dvo/rnt/Pages/RNAAT.aspx

7 http://www.ccvestremoz.uevora.pt

8 O Cevalor - Centro Tecnológico para Aproveitamento e Valorização das Rochas Ornamentais e Industriais – (1990-2016) foi extinto por Processo Judicial – Insolvência em 2016.

ra Municipal de Vila Viçosa[9], instalado actualmente na antiga pedreira do *Olival da Gradinha*, único no país com o seu espólio tecnológico, que é um ponto de partida e complemento necessário às visitas no terreno.

A estes se acrescenta o valiosíssimo património arquitectónico e urbano monumental da região, o diversificado património paisagístico, a riqueza gastronómica, a genuinidade do artesanato, nomeadamente aquele ligado directamente à extracção dos mármores. Somem-se ainda as boas acessibilidades e uma oferta hoteleira de qualidade, em expansão nos últimos anos.

A Rota do Mármore AE e a sua organização

A utilização do património como recurso turístico-cultural, além de contribuir para a sua conservação e preservação, é também um factor importante de educação ambiental e patrimonial. Por isso, os utentes das rotas devem, em primeiro lugar, ser civicamente responsáveis pela conservação do património, devendo respeitar normas de conduta, tais como: seguir pelos trilhos sinalizados; não danificar a flora; não abandonar o lixo; respeitar a propriedade privada; não retirar amostras de rochas sem prévia autorização e respeitar as normas de segurança dadas pelos guias, indicadas nos painéis ou requeridas nos pontos de visita. Só a compreensão e aplicação destas normas básicas de civismo conjugadas com o respeito pelos patrimónios, sejam eles quais forem, permitirá uma correcta fruição, uma melhor aprendizagem e um verdadeiro aumento dos níveis de educação cultural e patrimonial10.

A Rota do Mármore do AE oferece várias possibilidades de percursos distintos, uma vez que integra variados patrimónios de diferentes âmbitos. A conjugação desta variedade de património é um dos pontos de valorização e diferenciação da Rota do Mármore AE em relação a outros produtos turísticos com nomenclaturas e âmbitos similares. Este é, de resto, um dos aspectos que contribui de forma mais decisiva para o sucesso desta experiência de percurso temático, já que permite ao visitante optar por um percurso criado de acordo com os seus interesses específicos. Sendo certo que a conotação industrial/ tecnológica subjacente à Rota estará necessariamente presente em todos os percursos, existe flexibilidade na selecção de percursos e, em simultâneo, a possibilidade de o visitante poder realizar a visita de forma autónoma, ainda que respeitando indicações não susceptíveis de serem alteradas por questões de segurança, entre outras. Dada a extensão territorial do roteiro do Mármore do Anticlinal, esta desdobra-se em três segmentos que coincidem, na generalidade, com os concelhos de Borba[11], Estremoz[12] e Vila Viçosa[13]. Apesar desta definição concelhia dos três principais percursos, dado que cada um dos três concelhos tem patrimónios ímpares que não devem ser menosprezados, é também possível realizar um percurso geral que inclui os pontos mais interessantes dos três concelhos. Cada percurso terá obrigatoriamente início num dos Centros de Interpretação (um em cada concelho). Estes são locais especializados em áreas diferentes do sector dos mármores (recurso humanos, geologia, arquitectura, museologia) e onde o visitante terá uma primeira abordagem às temáticas da Rota do Mármore do AE, contacto que o ajudará na selecção/ definição do percurso a seguir.





Visitas guiadas

O ponto de partida das visitas, independentemente do itinerário escolhido, será obrigatoriamente, num dos três *Centros de Interpretação*, onde será feita ao visitante um enquadramento sobre a geologia do território, uma abordagem sobre a história e património da indústria dos mármores bem como uma explicação mais detalhada de todos os pontos de interesse ao longo do percurso escolhido.

Cada percurso inclui visitas a diversas pedreiras onde é destacado a importância da sua história, processo de evolução tecnológica, interesse paisagístico ou outros. São ainda e sempre que possível, possibilitado a visita a unidades de transformação de mármore, aos vestígios arqueológicos ex.

9 http://www.visitalentejo.pt/pt/catalogo/o-que-fazer/museus-e-locais-a-visitar/museu-do-marmore-raquel-de-castro/

10 Liliana Póvoas e César Lopes, «Geoturismo e Museologia», *in Livro das XVIII Jornadas sobre a Função Social Museu*, Minom – Movimento Internacional para uma nova Museologia, Idanha-a-Nova, 2009, p. 87-89.

11 Anselmo, António Joaquim, *O concelho de Borba (Topographia e História)*. 2.ª edição da Câmara Municipal de Borba, Associação de Municípios do Distrito de Beja/ *Diário do Alentejo*, Borba, 1984.

12 Joaquim d'Estremoz, «48 - Arquivos da memória - Mármores de Estremoz testemunhos mais remotos», *in* jornal *Brados do Alentejo*, Estremoz.

13 Joaquim da Rocha Espanca - *Compêndio de notícias de Vila Viçosa, concelho da Provincia do Alentejo e Reino de Portugal*. Tipografia Francisco Paulo Oliveira de Carvalho, Redondo, 1892.

(romanos) e monumentos onde tem sido aplicado o mármore na sua arquitectura.





Em todos os pontos de paragem está prevista a utilização de sinalética apropriada bem como informações úteis ao visitante. Nos centros urbanos será dado ao visitante interessado algum tempo livre para percorrer a malha urbana, ampliando, assim, o conhecimento da presença do mármore no quotidiano. Esta possibilidade dependerá do itinerário escolhido e será combinada com o guia da visita.

No início da visita são distribuídos documentos sobre a Rota do Mármore do AE, onde se incluem breves informações históricas e técnicas e informações úteis.



É função do guia é prestar informação de carácter técnico, histórico ou social, transmitindo conhecimento, com maior rigor cientifico e em linguagem acessível e, ao mesmo tempo, fomentar o espírito de grupo. O visitante é convidado a satisfazer as suas dúvidas colocando todas as questões que julgue pertinentes.

Dada a perigosidade de alguns locais a visitar, com destaque para as pedreiras e unidades industriais, é obrigatório que todos os visitantes, observem todos os procedimentos de segurança adequados, tais como o uso de calçado apropriado, capacete, protectores contra o ruído, entre outros. Toda esta informação será dada pelo guia e constará da documentação e da entrega dos equipamentos a cada participante.



Públicos-alvo

A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz desenvolveu programas e iniciativas no âmbito da educação ambiental, da educação patrimonial e da educação técnico-científica, tendo por enquadramento a exploração do mármore e a sua presença na história e no quotidiano. Usa os recursos técnicos, históricos, ambientais e culturais da região em que se integra como recursos turísticos capazes de aumentar os níveis de educação patrimonial e cultural dos visitantes e ao mesmo tempo procura contribuir para o desenvolvimento sustentável da Zona dos Mármores. Tais objectivos são razão suficiente para que a Rota do Mármore do AE interesse à generalidade dos públicos que usam o turismo cultural como actividade de ocupaçã° dos tempos livres ou como recurso educativo.



Ainda assim, tendo em conta as necessidades específicas de alguns sectores da população, e também as actuais tendências do turismo, tem sido politica da direcção da Rota, privilegiar-se a captação de alguns segmentos de público preferenciais, tais como:

Grupos escolares: programas adaptados para alguns os níveis de ensino, do secundário ao universitário. É aconselhável, nestes casos, o contacto prévio com professores. Procuramos igualmente responder enquanto *Serviço Educativo* da Rota do Mármore do AE, com vista a melhor responder às necessidades educativas específicas de cada grau de ensino[14].

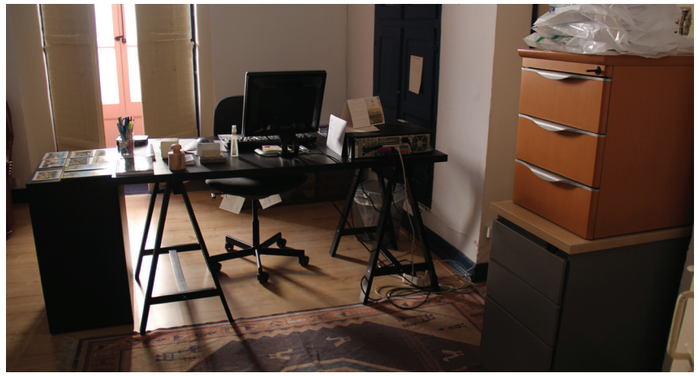
Estudantes universitários relacionados com o sector: programas para estudantes de Geologia, Engenharia de Minas, Civil ou Mecânica e Arquitectura, História e Património entre outros, privilegiando, em cada caso, uma abordagem às áreas de formação dos grupos, não descurando, no entanto, as restantes áreas.

Turismo familiar: é um segmento turístico em desenvolvimento um pouco por toda a Europa e também no nosso país. É geralmente um turismo de fim-de-semana ou de férias, que utiliza transporte próprio e agrupa visitantes de várias faixas etárias e que pressupõe uma abordagem multifacetada e interdisciplinar, dada a diversidade de interesses dos membros que constituem estes grupos.



Turismo sénior: constitui já um segmento muito importante do turismo interno que, em virtude das características físicas da maioria dos integrantes, pressupõe uma programação e um atendimento apropriados.

14 Maria de Lourdes Parreiras Horta; Evelina Grunberg; Adriane Queiroz Monteiro, *Guia Básico de Educação Patrimonial*, Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, Brasil, 1994.



Públicos especializados: trata-se de um factor de valorização para a Rota do Mármore AE e também para o desenvolvimento económico do sector e da região. Neste segmento incluem-se visitantes estrangeiros e nacionais de empresas do sector das pedras ornamentais ou fornecedores de máquinas e serviços para esta actividade, mas também geólogos e engenheiros de minas, engenheiros do território e do ambiente, arquitectos, professores universitários e profissionais ligados à construção civil e obras públicas, que certamente vêm a Rota do Mármore AE como uma oportunidade não só de aprofundar os seus conhecimentos, mas também, e não menos importante, uma forma de eles próprios darem o seu contributo.

Residentes: é um segmento de público especial dada a sua proximidade com a temática, segmento que inclui muitos ex-trabalhadores do sector ou seus familiares. Estes visitantes deverão usufruir de visitas diferenciadas que possam evidenciar os seus saberes e saberes-fazer relacionados com o uso do mármore, contribuindo deste modo para o reforço da matriz identitária e a coesão social. Pela relação que têm com o sector, será dada prioridade aos visitantes que queiram contar a sua experiência de vida e/ou relatar histórias e episódios curiosos relacionados com o sector.

Recursos Humanos

Um projecto turístico-cultural como é a Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz, tem como objectivo central contribuir para o enriquecimento cultural dos seus visitantes e para o desenvolvimento local, não pode funcionar sem um corpo, ainda que reduzido, de pessoal especializado que alie conhecimentos histórico-patrimoniais aos conhecimentos específicos da exploração do mármore e que esteja simultaneamente preparado para o atendimento de um leque variado de públicos.

Deste modo, foi criado uma pequena equipa no ceio do CECHAP[15], indispensável para assegurar as diversas tarefas, desde o atendimento ao secretariado ao formar guias qualificados que articulem em simultâneo os vários trabalhos.

Não foi descurada a criação de novos conteúdos sobre a história e património da industria dos mármores, razão pela qual tem vindo a ser actualizada em módulos de reciclagem a informação produzida e destinada aos orientadores e guias do roteiro, procurando manter no futuro esse dinamismo.

Naturalmente que os perfis profissionais, a formação e o número de profissionais serão definidos à medida das necessidades do desenvolvimento da Rota, dos recursos financeiros e capacidade económica.

Conclusão

Ao longo do texto fomos apontando para realidade de um projecto que se iniciou como estudo académico no decorrer de 2007, trabalho sob coordenação do professor Alfredo Tinoco e que teve a participação de Carlos Filipe e Ricardo Hipólito. Estávamos nesse ano longe de perspectivar, que o projecto académico, fosse possível implementar no terreno num curto espaço de tempo. Durante alguns anos, algumas situações foram atrapalhando o processo, por vezes, desmotivando os seus autores, com dificuldades criadas aqui e ali por terceiros, sem que se vislumbrasse qual a real intenção desse propósito.

A criação da Associação CECHAP em 2011[16] e a disponibilidade dos autores da Rota, reforçaram a implementação do projecto da Rota do Mármore AE no território, desde logo com a divulgação em vários foros, encontros científicos e ou até em encontros e feiras dedicadas ao turismo.

Tem sido um trabalho em crescendo na consolidação quer pela afirmação da marca da Rota do Mármore AE, quer pela qualidade e diferenciação dos seus conteúdos, quer ainda pela fidelização junto de alguns públicos alvo quer nacionais e estrangeiros.

Os concelhos abrangidos pela Rota, tem beneficiado, da comunicação e divulgação das nossas actividades, onde o património, história e cultura local têm sido amplamente promovido. Tem sido possível em alguns casos, promover actividades em parceria com entidades públicas ou privadas. Muito haverá que realizar neste âmbito das parcerias, falta uma cultura de aproximação e de interajuda entre as entidades locais, fixadas numa estratégia comum de comunicação e de aproximação entre as partes.

Tal como Jorge Custódio, terá deixado escrito no prefácio, "o legado humano e cultural de Alfredo Tinoco representa a sua visão do mundo e o modo como soube traduzir essa cosmovisão na praxis quotidiana. Importa que outros o queiram retomar, o aprofundem e o revitalizem, num processo dialéctico, ao serviço das comunidades sociais de amanhã. Não se trata apenas de Educação Patrimonial – um dos temas caros a Alfredo Tinoco - mas de muito mais. Portugal e o Mundo precisam dessa colaboração!"[17].

O Centro de Estudos CECHAP e a direcção da Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz, tudo têm feito ao seu alcance para prosseguir o projecto de estudo, tratamento, divulgação e promoção do território dos concelhos onde a rota está implementada, certos que novas propostas e oportunidades virão a surgir em defesa da Identidade Cultural e do Património dos Mármores em Portugal.

Bibliografia e outras fontes

Anselmo, António Joaquim, *O concelho de Borba* (*Topographia e História*). 2.ª edição da Câmara Municipal de Borba, Associação de Municípios do Distrito de Beja/ *Diário do Alentejo*, Borba, 1984.

Boletim mensal dos Lanifícios – Retalhos: Circuito turístico do Aço, Circuito Turístico da Lã». Ano V, n.º 53 e 54, Maio, Junho de 1954.

Carvalho, Jorge M. F. - *Cartografia Temática do Anticlinal, Zona dos Mármores*, 2008.

Choay, Françoise – *L'allegorie du Patrimoine*. Paris, Seuil, 1992.

Custódio Jorge – "A Rota do Mármore de Estremoz e Alfredo Tinoco, prefácio". In *Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz*, CEHC – ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2014.

Daniel, Alves (coord.); Matos, Ana Cardoso de; Quintas, Armando; Sousa, Carlos Alexandre; Filipe, Carlos e Hipólito, Ricardo – *Mármore, Património para o Alentejo: contributos para a sua História* (*1850-1986*). Talentirazão, Lda., CECHAP, Vila Viçosa, 2015.

15 http://www.cechap.com/

16 Associação de Estudos de Cultura, História, Artes e Patrimónios, é uma associação sem fins lucrativos, constituída em 19 de Junho de 2011, com sede em Vila Viçosa.

17 Jorge Custódio – "A Rota do Mármore de Estremoz e Alfredo Tinoco, prefácio". In Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz, CEHC – ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2014, p. 7-14.

ESPANCA, Joaquim da Rocha - *Compêndio de notícias de Vila Viçosa, concelho da Provincia do Alentejo e Reino de Portugal*. Tipografia Francisco Paulo Oliveira de Carvalho, Redondo, 1892.

Joaquim d'Estremoz, «48 - Arquivos da memória - Mármores de Estremoz testemunhos mais remotos», *in* jornal *Brados do Alentejo*, Estremoz.

Horta, Maria de Lourdes Parreiras; Grunberg, Evelina; Monteiro, Adriane Queiroz - *Guia Básico de Educação Patrimonial*, Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, Brasil, 1994.

Milheiro, Nuno - «O mármore como Património Cultural», *in Actas do V Congresso Internacional da Pedra Natural*. Câmara Municipal, Vila Viçosa, 2003.

Póvoas, Liliana e Lopes, César - «Geoturismo e Museologia», *in Livro das XVIII Jornadas sobre a Função Social Museu*. Minom – Movimento Internacional para uma nova Museologia, Idanha-a-Nova, 2009.

Tinoco, Alfredo (coord.); Filipe, Carlos e Hipólito, Ricardo – *A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz*. CEHC – ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2014.

Webgrafia

http://www.cechap.com/

http://www.ccvestremoz.uevora.pt

http://phim.cechap.com/

http://www.rotadomarmoreae.com

http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/dvo/rnt/Pages/RNAAT.aspx

http://www.visitalentejo.pt/pt/catalogo/o-que-fazer/museus-e-locais-a-visitar/museu-do-marmore-raquede-castro/

Nota Biográfica

Mestre em História, Moderna e Contemporânea – ISCTE-IUL. Historiador e investigador integrado no Centro de Estudos - CECHAP. É membro do CLEPUL da Faculdade de Letras de Universidade de Lisboa. Membro da Sociedade Portuguesa de História da Construção – SPEHC.

São suas áreas de interesse: História da Arte, História da Arquitectura e Construção, Património Religioso, História da Indústria dos Mármore, Ciências da Documentação.

Autor e coautor de vários livros, artigos em revistas cientificas e literárias.

É coordenador em projectos de investigação: Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz; Património e História da Indústria dos Mármores; Callipoartes – História das Personalidades Calipolenses. Coordena o Inventário do SIPA nos concelhos de Borba, Estremoz e Vila Viçosa.

TURISMO E CULTURA DE MASSAS

História e património pilares do futuro turístico do Algarve

Joaquim Manuel Vieira Rodrigues

Resumo

Durante muitas décadas o Algarve foi tão-só Sol e Mar, dos quais dependeu toda a sua economia: um turismo sazonal. Tudo o resto foi esquecido, muito danificado e destruído. Ora o Algarve tem uma História, uma Cultura, uma riqueza patrimonial e paisagística que devem ser lembradas e conhecidas. No presente, paulatinamente, assiste-se ao desabrochar de um turismo procurava clima aprazível e águas tépidas, mas também daquilo que podemos denominar de turismo histórico.

Na promoção de todo o seu rico património histórico-cultural caberá papel essencial aos museus, aos municípios e ao ensino a todos os níveis, a todos nós residentes e amantes da região, no sentido de o dar a conhecer.

Hoje temos à nossa disposição um conjunto de ferramentas desenvolvidas na época do digital que devem ser colocadas ao serviço do conhecimento e da promoção do património histórico-cultural do Algarve.

Conhecimento e economia podem coexistir um para o enriquecimento do «espírito», a outra para o progresso da região.

Tudo contribuindo para que as actuais e as futuras gerações conheçam a História deste rincão de terra que foi um primeiro trampolim para aproximar outros continentes, outras civilizações.

Palavras-chave: Algarve, Turismo, Praias, Património e Cultura

Abstract

For many decades the Algarve was only Sun and Sea, on which depended its entire economy: a seasonal tourism. Everything else was forgotten, badly damaged and destroyed. However the Algarve has a History, a Culture, a patrimonial wealth and landscape that must be remembered and known. In the present, gradually, one sees the blossoming of a tourism looking for pleasant climate and tepid waters, but also of what we can call historical tourism.

In promoting all of its rich cultural and historical heritage, museums, municipalities and education at all levels will play an essential role, to all of us residents and lovers of the region, in order to make it known.

Today we have at our disposal a set of developed tools, in the digital age that should be placed at the service of knowledge and promotion of the historical and cultural heritage of the Algarve.

Knowledge and economy can coexist one for the «spirit» enrichment, the other for the region progress.

All contributing to the current and future generations know the history of this corner of the earth that was a first propelling to approach other continents, other civilizations.

Keywords: Algarve, Tourism, Beaches, Heritage and Culture

1. Introdução

A globalização moderna, neoliberal, na sua ânsia do lucro e do pensamento único, tudo, ou quase tudo, tem desprezado, ignorado, nivelado. Como alvos prediletos têm sido alguns ramos do conhecimento, para não dizer todos, como a História, o Património, em particular, e a Cultura, em geral.

Quando as comunidades locais oferecem resistência, a sua autonomia é respeitada no sentido de que se preservarem hábitos, costumes e valores, e a cultura concretiza-se pela multiplicação de diferentes produtos, serviços, espectáculos, etc., voltados para grupos específicos. Quando não são oferecidas resistências, esta concretização ocorre às custas da autonomia dos contextos culturais; são «impostos» padrões de consumo e, consequentemente, comportamentos e valores, gerando incertezas nas comunidades locais. Neste sentido, a autonomia dos indivíduos é sufocada, pois os mesmos se voltam essencialmente para o consumo e são conduzidos a uma passividade completa que os impede de tomar decisões livres e de serem autónomos. Entregues ao prazer e retraídos no conformismo, não interrogam sobre as instituições, sobre as leis e nem sobre o seu pensar; buscam satisfazer apenas as necessidades que são fabricadas pela comunicação social.

Com a guerra global transmitida pelos meios de comunicação, assistimos, impotentes, ao Património da Humanidade ser varrido da face da Terra, saqueado, depois vendidos a negociantes e colecionadores de arte, que teve como ícone, recentemente, a destruição do templo de Palmira[1], Património da Humanidade. Como muito bem assinalou Lídia Jorge, *«o Património não se confunde com a Humanidade, mas é dela o seu retrato»*[2].

É, pois, essencial que aqueles sejam divulgados o mais amplamente possível e pelos múltiplos meios existentes, tendo como propósito a sua preservação na memória. Deste modo, deve-se atribuir *«Ao respeito pela conservação do legado um papel central na evolução harmónica das sociedades, e que promove como conceito o princípio de que o respeito pela diversidade da herança cultural é um motor de consideração pela diferença e pela coexistência consentidas, e logo um promotor de paz»*[3].

1 https://actualidad.rt.com/actualidad/201062-estado-islamico-destruccion-palmira-video, Site acedido em 02/03/2016.

2 Jorge, Lídia. *Património Cultural, Conhecimento e Cidadania*, Conferência Internacional por ocasião do 10.º Aniversário da Convenção de Faro, Teatro das Figuras, 27/10/2015-

3 Jorge, Lídia. *Património Cultural, Conhecimento e Cidadania*, ...

2. *«O Jardim de Portugal»*: O desenvolvimento do turismo no Algarve

Desde o século XIX que paulatinamente despontava a indústria do futuro. Pelo seu clima excepcional o Algarve evidenciava grandes potencialidades para o seu desenvolvimento.

Para a promoção do turismo em Portugal desempenhou papel destacado a Sociedade Propaganda de Portugal (Quadro n.º 1), criada em 4 de Julho de 1906. Em 1913, organizou uma visita de jornalistas ingleses a Portugal, os quais não deixariam de visitar o Algarve[4].

Aquela sociedade teve entre os seus directores o algarvio Jaime de Pádua Franco (Portimão, 09/05/1868 - Portimão, 20/04/1938), que, no país e no estrangeiro contribuiu para dar a conhecer as potencialidades turísticas de Portugal e do Algarve.

Quadro n.º 1
Delegações da Sociedade Propaganda de Portugal no Algarve (1915)

Delegações	Presidentes
Faro	Constantino Cúmano
Lagoa	António Júdice de Magalhães Barros
Lagos	Lopo José Aguado Leote Tavares
Monchique	Bernardino Moreira da Silva
Portimão	António Teixeira Bicker
Silves	Pedro Paulo Mascarenhas Júdice

A realização em Lisboa de 12 a 16 de Maio de 1911, do IV Congresso Internacional do Turismo, foi um acontecimento para o desenvolvimento deste e que deixaria algumas recomendações para a sua melhoria.

Destaque para a realização do Congresso Regional Algarvio[5], realizado na Praia da Rocha, em 1915, impulsionado por Tomás Cabreira, e cujo tema turismo foi um dos mais glosados.

4 *Ilustração Portuguesa*, n.º 368, 1913.

5 Acerca deste congresso consultar Mendes, Adelino, *O Algarve e Setúbal*, pp. 5-24.


CONGRESSO REGIONAL ALGARVIO

Ilustração Portuguesa, n.º 498, 06/09/1915, 313

Figura 1. Congresso Regional Algarvio

Também contribuíram para a propaganda das belezas do Algarve: a) a *Revista de Turismo*; jornais da região; jornais de âmbito nacional, como *A Capital*, e o seu jornalista, Adelino Mendes; a fotografia e o cinema. Em 1917, a produtora *Gaumont*, tinha produzido filmes sobre Portimão, Lagos e Faro e outros projectos estavam em perspectiva[6]. Para atrair o turista norte-americano que passava férias em outras estâncias europeias, nada melhor que o *«film, que na America é uma perfeita loucura!»*[7].

Houve alguma utopia, mas muito do que viria a ser o turismo no Algarve estava já nas penas de muitos publicistas.

Tomás Cabreira (Tavira, 23/01/1865 - Tavira, 04/12/1918), deputado, ministro das Finanças durante a I República (1910-1926), caracterizava o clima do Algarve como de mediterrâneo pelo que se podia colocar a *«par, sob todos os pontos de vista, com a Côte d´Azur franceza, a Riviera italiana e a Andaluzia, a Leste de Malaga»*.[8]

O Algarve era magnífico para o turismo no Verão, mas igualmente aprazível no Inverno, tendo em conta as temperaturas amenas que nele se registava, Temperaturas invernais até superiores a muitas afamadas estâncias turísticas de então, como *«Cote d'Azur, Nice, Menton, Cannes e outras»*.[9] A

6 *O Algarve*, 492, 26/08/1917, 1.

7 "Aos industriais algarvios. Turismo – Cortiças – Conservas – Vinhos e Fructos. *«O Seculo»* entrevistou o engenheiro Sequeira Coutinho que acaba de chegar da America dos Estados Unidos", *Alma Algarvia*, n.º 177, 27/9/1914, pp. 2-3.

8 Cabreira, Thomaz, *O Algarve Económico*, Imprensa Libanio da Silva, Lisboa, 1918, p. 15.

9 Cabreira, T., *op. cit.*, p. 253.

própria Biarritz possuía um clima de Inverno inferior ao do Algarve, nomeadamente ao da Praia da Rocha.[10]

A doçura do clima desta província durante o Inverno era propício para um vasto conjunto de doenças consoante as zonas climáticas em que se podia distribuir o Algarve[11].

Mas para que o Algarve pudesse ombrear com aquelas estâncias seria necessário implementar um conjunto de medidas que Tomás Cabreira elenca:

> *«1.º boas e agradáveis comunicações dentro da província e com o resto do país e Espanha; 2.º organização de hotéis, que satisfaçam às regras modernas da indústria hoteleira; 3.º higiene rigorosa em toas as povoações e organização de parques ou jardins públicos em todas as sedes de concelho ou estações de turismo; 4.º organização de sportes e regulamentação dos jogos*[12] *nessas estações; 5.º dragagem de todos os cursos de água que estão assoreados, em frente das povoações, para lhes dar um aspecto mais agradável; 6.º arborização das ruas, das estradas de turismo e floração das janelas e casas; 7.º catalogação e declaração de monumento nacional de todas as ruinas ou edifícios que ofereçam interesse histórico ou científico».*[13]

E ainda a instalação de equipamentos para a prática do *ténis*, do *football* e do *golf*.

Todo um programa que no Algarve de então não estava concretizado e que demoraria muitas décadas a concretizar.

Ainda segundo Tomás Cabreira existiriam estações de repouso, estações de sanatórios e estações de turismo cada uma com regulamentos específicos e equipamentos próprios. O Algarve ficaria assim com duas populações diferentes: *«uma que vem procurar, no seu doce clima, um alivio aos seus males ou que vem repousar de fadigas excessivas, e outra que apenas se quer divertir, procurando distrações e prazeres de toda a espécie»*.[14]

O já mencionado Tomás Cabreira, considerava que as elevadas taxas de analfabetismo (82,12% entre homens e mulheres) da população algarvia era um travão ao desenvolvimento do turismo, visto que o turista não gostaria de *«viver entre populações ignorantes. Todos os paizes que possuem afamadas estações de turismo ou de cura, são extremamente cultos, como a Allemanha, a Suissa, a França, a Belgica e a Italia; a Espanha, a Russia e a Turquia, em que a instrução é menor, não teem grandes estações de turismo ou de sanatórios»*.[15]

Embora a província já possuísse alguns hotéis e pensões, de duvidosa qualidade, em prol do desenvolvimento do turismo, surgiria um novo equipamento, o Grande Hotel de Faro, precisamente inaugurado aquando da visita de Sidónio Pais à capital do Algarve, em Fevereiro de 1918.

3. As praias algarvias e o termalismo

A frequência das suas mais afamadas praias – Praia da Rocha, Quarteira, Albufeira, Monte Gordo[16], Lagos, Armação de Pêra, Fuzeta e Cacela -, começara nos princípios do século XIX. Gentes da Andaluzia e nacionais do Algarve e do Alentejo[17], ocorriam a gozar os prazeres do Sol, das águas cálidas e dos longos areais.

De todas, a Praia da Rocha era a que colhia mais favores e encomiásticas notícias, a praia das elites algarvias.



Quarteira 1916
Foto gentilmente cedida pelo Sr. Eng. Luís Guerreiro da Câmara Municipal de Loulé

Figura 2. Quarteira 1916

10 Cabreira, T., *op. cit.*, pp. 254-255.

11 Cabreira, T., *op. cit.*, pp. 262-263.

12 Nas praias imperava o jogo, frequentemente clandestino, quase sempre criticado pelos seus malefícios morais e, para muitos, económicos, constantemente solicitando-se a sua regulamentação. Apenas regulamentado em 1927 (Cf., por exemplo, "As praias e a regulamentação do jogo", *O Algarve*, n.º 519, 03/03/1918, p. 1).

13 Cabreira, T., *op. cit.*, p. 256.

14 Cabreira, T., *op. cit.*, p. 205.

15 Cabreira, T., *op. cit.*, p. 265.

16 Oliveira, Ataíde. *Monografia do Concelho de Vila Real de Santo António*, Faro, Algarve em Foco Editora, 1908, pp. 183-188 e Mendes, Adelino, *O Algarve e Setúbal*, pp: 61-63.

17 Muitos eram os proprietários alentejanos que debandavam a região de Monte Gordo. Um deles foi o grande lavrador-proprietário de Serpa, João Maria Parreira Cortez que *«até à idade de 40 anos ..., todos os anos, saía para banhos com a minha família para Vila Real de Sto. António onde o rio entra no oceano»* in *Senhores da Terra. Diário de um Agricultor Alentejano (1832-1889)*. Estudo e Selecção de A. C. Matos, M. C. Andrade Martins e M. L. Bettencourt, Prefácio de Jaime Reis, Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda, «Temas Portugueses», 1982, p: 316.



Lagos, Praia da Luz
Revista de Turismo, 25, 05/07/1917, 6

Figura 3. Praia da Luz - Lagos



Portimão, Praia da Rocha
Revista de Turismo, 25, 05/07/1917, 6

Figura 4. Praia da Rocha

À semelhança da Praia da Rocha (1910 e 1932) e de Monte Gordo (1934), também Quarteira teve o seu Casino, inaugurado em Setembro de 1931, cujo edifício ainda existe, mas em estado de acentuada degradação. Durante décadas ali se desenrolaram fervilhantes e abrilhantadas festividades sempre amplamente concorridas pelas melhores famílias.

Na serra de Monchique, mais precisamente, nas Caldas de Monchique[18] desde há séculos[19], mas com grande desenvolvimento desde o século XVII, que funcionavam umas riquíssimas termas, as quais eram bastante frequentadas por ricos, mas também facilitando o acesso e o tratamento a outros estratos sociais de menos posses[20]. A concorrência termal constituía um frutuoso rendimento de impacto económico não desprezível[21]. Os "aquistas", na sugestiva designação atribuída por Poinsard, consumiam os produtos locais e empregavam os aldeões como guias, assim como os seus animais (asinino), como meio de transporte para passeios na montanha[22].



Caldas de Monchique – Edifício balnear e Casino
Revista de Turismo, 29, 05/09/1917, 40

Figura 5. Monchique

Havia, porém, um obstáculo ao seu desenvolvimento: as vias de comunicação. As principais estradas algarvias eram ainda as herdadas da Monarquia. Raras eram as vias macadamizadas existentes na província. Os

18 Gascon, José António Guerreiro. *Subsídios Para a Monografia de Monchique*, Edição da viúva do autor Maria C. R. Guerreiro Gascon, Portimão, 1955.

19 D. João II, às portas da morte, passaria pelas Caldas de Monchique para cura dos seus fatais males. Morreria na pequena vila de Alvor.

20 Cabreira, T., *op. cit.*, pp. 253-265.

21 Poinsard, L. *Portugal Ignorado. Estudo Social, Económico e Político. Seguido de um Apêndice Relativo aos Últimos Acontecimentos*, Porto, Magalhães & Moniz, 1912, p: 164.

22 Poinsard, L. *Portugal Ignorado. Estudo Social, Económico e Político…*, p. 165.

relatórios do governador civil publica dos nos anos setenta do século XIX, muitos debates na Câmara dos Deputados e dos Pares[23], a cargo de deputados algarvios e os periódicos da região então publicados fornecem-nos uma imagem de uma região com uma deplorável rede viária, isolando as populações e, consequentemente, dificultando a circulação daquelas e dos produtos. A construção de boas estradas daria uma contribuição importante para a prosperidade da província[24].

Durante a Grande Guerra, a construção de estradas na região parou completamente (Quadro n.º 2). Muitas encontravam-se em péssimo estado de conservação.

Quadro n.º 2

Estradas Construídas no Distrito de Faro (1915-1919)

Unidade: quilómetros

Estradas	1915	1916	1917	1918	1919
Nacionais	303,274	307,357	307,357	307,3.57	307,357
Totais	885,995	905,769	910,155	910,215	910,215

Fonte: *Anuário Estatístico de Portugal*, ano de 1919, p. 101, cit. in Girão, Paulo, *A Pneumónica no Algarve* (1918), p. 133.

Em finais de 1911, mas cujo exemplo nos servirá para anos subsequentes, Carlos Calixto, chamava a atenção para a quase ausência de estradas no Algarve:

> *«Um automobilista que vá de Madrid a Granada, Málaga, Cadiz, Sevilha, e queira, depois de visitar essa região, tam cheia de beleza e de recordações históricas, entrar em Portugal para apreciar as encantadoras paisagens do nosso Algarve ou a riqueza do nosso Alentejo, não tem uma única estrada de que se possa servir. Porque, Sr. Presidente, essas duas províncias estão inteiramente isoladas do resto do país*
>
> *Sim, Sr. Presidente, por mais estranho que isto pareça a alguns dos meus colegas nesta Câmara, é certo que o Alentejo não está ligado com a Estremadura e que o Algarve está separado do Alentejo!»*[25].

23 Sobre a lastimável situação da rede viária do Algarve cf. o relatório apresentado pelo Par do Reino algarvio, José d'Azevedo, in "Viação no Algarve", *O Algarve*, n.º 79, 26/09/1909, p. 1.

24 Sobre o estado das vias de comunicação da província em 1873 e 1877 consultar *Relatorio Apresentado Á Junta Geral do Districto de Faro na Sessão Ordinaria de 1873 pelo Conselheiro Governador Civil José de Beires*. Doc. N.º 45, 1873, pp. 1-10 e *Relatorio Apresentado Á Junta Geral do Districto de Faro na Sessão Ordinaria de 1877 Com Documentos e Mappas Illustrativos pelo Conselheiro Governador Civil José de Beires*. Typographia do Districto de Faro, Faro, Doc. N.º 15, 1877, pp. 79-84.

25 *Diário da Câmara dos Deputados*, Sessão de 21/12/1911.

As comunicações seriam incrementadas com o surgimento de companhias de transporte rodoviário (Citemos *A Louletana* (1928-1933); a *Empresa Transportadora Algarvia, Lda.* com a *A Louletana* deu origem a *Auto-Algarve, Lda.*. Esta e a *Garage Tavirense, Lda.* constituirão em Maio de 1933, a *Empresa de Viação Algarve* (EVA), que desempenharia papel fulcral no transporte algarvio).

Contudo, a principal via de comunicação da região era o caminho-de-ferro que terminava a Sotavento em Vila Real de Santo António e no Barlavento em Portimão[26]. Apenas em 1922 chegaria a Lagos[27].

4. Património arquitectónico e paisagístico

Povos conquistadores e expansionistas, como os Romanos e Árabes/Muçulmanos/Berberes, desembarcaram no Algarve e nele deixariam importantes vestígios arqueológicos por toda a província. Muitos deles são hoje visitados por milhares de turistas nacionais e estrangeiros.

Da cultura dos seguidores de Maomé, com excepção dos vestígios materiais, depositados em museus (Faro, Lagos, entre outros), escassos são os vestígios visíveis, pois muitos deles foram destruídos, substituídos por monumentos de talha cristã/católica.

Mais evidentes são os edifícios edificados pelos romanos, como o Cerro da Vila (Vilamoura), Milreu, Abicada, Monte Molião, Praia da Luz, Boca do Rio.

A cidade de Balsa, da qual poucos vestígios são visíveis, visto que o local está actualmente ocupado por uma propriedade privada. Esforços estão a efectuados para que se possa brevemente realizar ou continuar as prospecções arqueológicas para que se fique a conhecer melhor esta importante cidade da Lusitânia/Bética romana.

Ainda hoje podemos admirar e percorrer, testemunhos das famosas e perenes calçadas romanas, assim como apreciar as cetáceas onde se fabricava o *garum*, uma espécie de conserva tão apreciada pelas elites romanas. Por diversos museus no Algarve e fora dele, encontraremos milhares de

26 "Caminho de ferro de Portimão a Lagos. Representação enviada a Sua Ex.ª o ministro do fomento em 1 de Dezembro de 1911", *O Algarve*, n.º 194, 10/12/1911, p. 1.

27 Ver O Projecto de Lei fora apresentado pelo deputado Brito Camacho, na sessão de 4 de Julho de 1912. Entre os motivos para a sua construção foram adiantados, o isolamento da cidade que, embora possuindo uma baía de inegável valor estratégico, poucas e más comunicações usufruía com Lisboa e o resto do país; a riqueza piscícola, agrícola e industrial e, finalmente, e premonitoriamente, Lagos seria *«incontestavelmente, em breves anos, a grande estação do turismo e balnear do sul do país»*. No debate acalorado sobre este projecto de Lei interveio Afonso Costa que colocou muitas reservas à sua construção em termos financeiros (*Diário da Câmara dos Deputados*, Sessão de 4/7/1912); Lei n. 460, de 24/9/1915 autorizava o Conselho de Administração dos Caminhos de Ferro do Estado a contrair um empréstimo de 500 contos à Caixa Geral de Depósitos e Instituições de Previdência, para destratar o empréstimo realizado pela Câmara Municipal de Lagos em 21 de Agosto de 1912; consultar ainda Lei de 21 de Julho de 1912 e *Ilustração Portugueza*, n.º 589, 4/6/1917, pp. 453-454.

peças, de diferentes espécies e funções da presença desta civilização no Algarve. E deixou-nos o pilar que permite a nossa expressão: a língua.

Um dia chegou e radicou-se para sempre a Cristandade e com ela importante património, plasmado em imponentes e profusamente ornamentado mobiliário religioso de diferentes tipos. Não podemos deixar de referir algum deste património edificado nas principais localidades do Algarve, como Faro, Lagos, Portimão, plasmado no primoroso trabalho de talha dourada e da azulejaria, fruto do Barroco.

Em Estoi, podemos visitar e percorre o seu Palácio, construído a expensas do conde de Estoi, em estilo romântico, sendo de admirar o seu belo e aprazível jardim.

A História do Algarve está essencialmente debruçada para o MAR.

Mar que moldaria durante milhares de anos a costa algarvia e as suas arribas de uma beleza fascinante, como se pode apreciar no barlavento. Sublinhemos a zona de Sagres e o seu belo horrível promontório, onde se ergue o imponente farol do Cabo de S. Vicente, ou Farol de D. Fernando, que entrou em funcionamento em Outubro de 1846, embora haja indícios de um farol rudimentar desde os princípios do século XVI.

O Promontório de Sagres, recebeu a 02 de Dezembro de 2015 a Marca do Património Europeu (MPE), uma distinção com que a União Europeia pretende dar visibilidade a sítios que celebrem e simbolizem a integração, os ideais e a sua história. O Promontório de Sagres foi escolhido pela sua importância na epopeia dos Descobrimentos, «*que marcaram a expansão, lançando a civilização europeia no seu caminho para o projeto global que veio a definir o mundo moderno*», segundo Bruxelas.

Sagres poetizado por Mário Beirão, Florbela Espanca, Miguel Torga, Sophia de Mello Breyner Andersen, entre muitos outros poetas e escritores, que escreveram sobre o Algarve[28].No prolongamento do Promontórios Sacro maravilhamo-nos com a alcantilada e agreste Costa Alentejana e Vicentina[29].

28 *Algarve Todo o Mar*. Colectânea, Organização e Nota Prévia de Adosinda Providência Torgal e Madalena Torgal Ferreira, Publicações Dom Quixote, 2005.

29 A Costa Vicentina conquistou a certificação europeia "Leading Quality Trails – Best of Europe", atribuída pela European Ramblers Association in "Rota Vicentina ganha primeira certificação europeia atribuída na Europa Ocidental", *Sul Informação*, 14/03/2016 http://www.sulinformacao.pt/2016/03/rotavicentina-ganha-primeira-certificacao-europeia-atribuida-na-europa-ocidental/, Site acedido em 14/03/2016.



Farol do Cabo de S. Vicente
Algarve O Segredo Mais Famoso da Europa.
Associação Turismo de Portugal/ Região de Turismo do Algarve,

Figura 6. Farol do Cabo de S. Vicente

No Sotavento, menos altaneira e mais chã, percorramos a magnífica Ria Formosa desde o Cabo de Santa Maria até à zona de Cacela Velha.



Revelim de Santo António, Castro Marim
Algarve. Guia do Património Cultural. Edição
Região de Turismo do Algarve, 2.ª edição, 2015, p. 149.

Figura 7. Revelim de Santo António, Castro Marim

Ainda do ponto de vista paisagístico, não podemos deixar de acentuar o grande maciço da Serra de Monchique, erguendo-se a mais de 700 metros de altura, do seu cume observando-se uma paisagem maravilhosa e luxuriante, perdendo-se a vista a muitas dezenas de quilómetros.

Também o Cerro de S. Miguel, a Sotavento, é um lugar espantoso pela paisagem que dele se vislumbra e ao qual se sobe por uma íngreme, estreita e vetusta estrada. Mas a vista gratifica o incómodo e o esforço.

Acontecimento histórico-geológico foi o grande megassismo de 1 de Novembro de 1755 que, não apenas arrasou Lisboa, mas todo o Algarve, provocando enormes prejuízos humanos e materiais. E, será neste contexto, mas por motivos económicos, que o Marquês de Pombal, mandará erguer a bela Vila Real de Santo António.

5. Da República ao SPN/SNI

Durante as décadas de 20 e de 30 do século XX registou-se uma contínua promoção do turismo, designadamente o do Algarve, da qual podemos elencar alguns aspectos:

a) Legislação em prol do turismo – criação de Comissões de Iniciativa (23/04/1921); classificação das estâncias (14/03/1923); regulamentação dos jogos de fortuna ou azar (03/12/1927); Comissões de Turismo em cada concelho do Algarve; Juntas de Turismo e Comissões Municipais (1937).

b) Novos equipamentos – pavilhões; Grande Hotel Guadiana em V.R. S. A.;

c) Melhorias das comunicações – projectos, reparações e construções de estradas; inauguração da luz eléctrica em Monchique;

d) Novas ofertas turísticas – Volta a Portugal em Bicicleta; provas de automóvel; Casino (Manta Rota e Cacela);

e) Propaganda – conferências; imprensa regional: *O Nosso Algarve*, 18/09/1925-Jan. 1927), *Revista do Algarve*, 1925; *O Barlavento*, 01/04/1923-03/01/1926; *Jornal de Lagos*, 02/04/1931-30/04/1968; álbuns de fotografias.

Contudo, o Algarve continuaria a não ser visitado verdadeiramente por turistas, nem nacionais, nem, muito menos, estrangeiros, era um «turismo caseiro», ou seja, assente na população residente.

Os anos trinta e quarenta serão marcados pela promoção do turismo no âmbito da política nacionalista do Estado Novo (SPN), à frente do qual esteve essa figura tutelar que foi António Ferro. Propaganda que contemplaria o Algarve.

Segundo o Relatório da Câmara Corporativa de autoria de Luís Supico Pinto de 1952, acerca do Estatuto do Turismo, o número de turistas que visitaram Portugal entre 1936 e 1956, teria passado de pouco mais de 50.000 para 76.000.

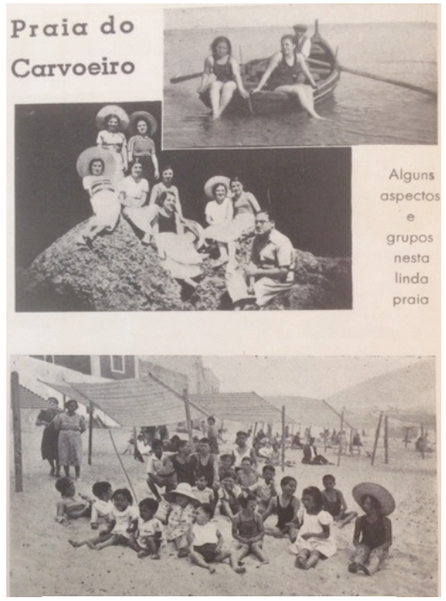
As classes médias não gozavam ainda de grande capacidade económica para comprar automóvel, deslocarem-se até ao Algarve e alugarem uma residência de verão.

O eclodir da II Guerra Mundial não fez esmorecer os apaixonados do mar, visto que a mocidade encontrava-se "alheia às complicações de Dantzig."[30] Mas não deixaria de fervilhar os espíritos que seguiam atentamente o desenrolar das suas peripécias:

> *«O assunto de todas as conversas é a guerra que vai lançar a velha Europa numa grande fornalha. Às horas a que a Emissora transmite notícias, à volta do Pavilhão-Praia aglomera-se centenas de pessoas de todas as classes para ouvirem os ecos da luta em terra e mar e o que mais choca é verem-se mulheres de trajes humildes, comovidas pela apreciações que a propósito se fazem, deixando deslizar furtivamente lágrimas evocadoras talvez de lutas passadas e temerosas de tragédias futuras»*[31].

No Algarve, logo no deflagrar das hostilidades, procedeu-se a um levantamento detalhado acerca do número de estrangeiros residentes na província, assim como foram, em Abril 1942, *«proibidas a utilização de máquinas fotográficas em locais considerados estratégicos ou a feitura de pinturas ou desenhos desses locais»*. Situação, porém, que afectava já o turismo da região, como reconhecia uma carta datada de 15 de Maio de 1943, ao director da PVDE, ao informar que *«acontece que vários organismos de turismo têm necessidade de fotografar alguns dos pontos indicados … como zonas proibidas de se tirarem clichés, para efeitos da propaganda turística»*[32].

30 *Correio do Sul*, 03/09/1939.
31 *Correio do Sul*, 10/09/1939.
32 Citado in "Propaganda e espionagem no Algarve", *AlgarveRegião*, 9 a 15 de Junho de 1994, p. 13.



Revista Internacional, n.º 7, 1939-

Figura 8. Praia do Carvoeiro

No contexto da política do Estado Novo para o turismo, seria inaugurado em Abril de 1944, por António Ferro, a Pousada de S. Brás de Alportel.

À semelhança da «capital do Império», também na capital do Algarve, se realizaria uma exposição em honra daquelas comemorações – 1140. 1640 e 1940. Na exposição estiveram representados todos os municípios algarvios, cada um, apresentando as suas riquezas e belezas. Foram milhares os que ocorreram a visitá-la. No contexto deste evento seria publicado o *Guia Turístico do Algarve*, de 1940, uma Edição da Revista Internacional.

Também uma palavra para o consagrado Carnaval de Loulé, nascido no já longínquo ano de 1906 – e porque não ao de Olhão (1940) - e que interruptamente tem deliciado os foliões que, de muitos lugares, ocorrem a admirar os seus carros alegóricos que, infelizmente, se tornaram muito abrasileirados.

6. O *boom* turístico dos anos 60'

Será, porém, nos anos sessenta do século XX que arrancará o turismo de massas no Algarve com o aumento do número de turistas nacionais e estrangeiros, da construção civil, induzindo o advento de indústrias complementares. Turismo que conduziu a uma forte amplitude de migrações inter e intra-regionais, periódicas e pendulares. Os sectores da hotelaria e da restauração evidenciaram crescimentos significativos.

É a partir daqueles anos que surgirão as principais estruturas e equipamentos, designadamente hotéis, enquanto as vias de comunicação (estradas e caminhos-de-ferro), apesar de alguns melhoramentos, apenas recentemente conhecerão uma profunda modernização (A22 – Via do Infante; A2 auto-estrada Lisboa-Algarve-Lisboa e o comboio – Alfa Pendular. Contudo, as vias da região, muitas delas em estado lastimoso, devem ser melhoradas e equipadas para segurança dos seus utentes.

A inauguração do aeroporto de Faro, em 11 de Julho de 1965, foi uma estrutura decisiva para o desenvolvimento turístico da região.

Este boom turístico teve/tem os seus detractores e os seus defensores. Pensamos que a ambos assistem um conjunto de reflexões que devem ser ponderadas.

Conclusão

Aqueles que escreveram antes e durante o período marcado pela IGM tiveram a premonição das potencialidades turísticas do Algarve. Porém, esta província carecia de oferta de estruturas e de equipamentos, os seus alojamentos eram de fraca qualidade e pouco higiénicos, as vias e os meios de comunicação primavam pelas poucas condições.

Durante os anos vinte e trinta do séc. XX, aumentaria a promoção do turismo, designadamente pelo papel desempenhado pela propaganda promovida pelo Estado Novo (SPN/SNI).

Seria, contudo, na década de sessenta, daquele século, que dar-se-á, o *boom* turístico da região.

Durante muitas décadas, como frisámos, a oferta turística da província, assentou no clima ameno e aprazível e nas suas magníficas praias, com reflexos na vasta e tantas vezes perniciosa construção imobiliária.

Esta situação certamente não se alterará nos próximos tempos, mas o Algarve deverá alterar este padrão, diversificando a sua oferta para outros campos, alguns dos quais já implementados.

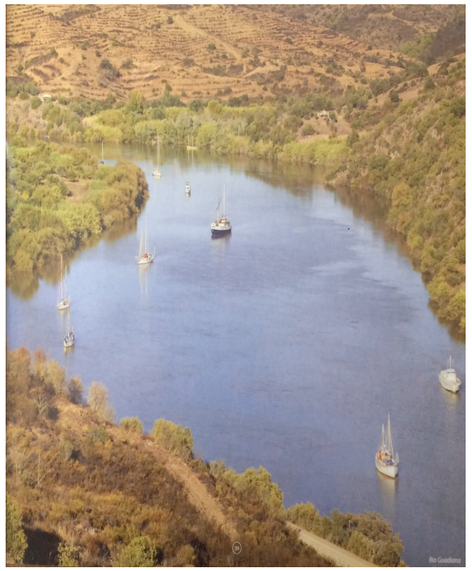
Esta é a nossa modesta contribuição. Defendemos o incentivo de exposições multimédias e interactivas, assim como reconstruções virtuais 3D,

relacionadas com a sua rica História e Património, e criação de mais núcleos museológicos. Promover rotas históricas, ou de outros géneros, à semelhança da *Rota dos Omíadas* que inter-relaciona muitos concelhos algarvios.

Merece também implementar um turismo de Memória (visita a locais de interesse histórico, exposições fotográficas, acerca de vultos eminentes da região, por exemplo), assim como apostar na criação de pólos de arqueologia industrial (conservas, cortiça, sapateiros).

O património subaquático pode e deve ser ampliado, tendo presente que as águas que banham a costa do Algarve foram protagonistas de acontecimentos marítimos de vulto.

Regressando à terra, é do maior interesse dar a conhecer o património geológico e paleontológico, quer o natural, quer o urbano.



Rio Guadiana
Algarve O Segredo Mais Famoso da Europa.
Associação Turismo de Portugal/ Região de Turismo do Algarve, S/d, p. 39.

Figura 9. Rio Guadiana

Para se usufruir plenamente de muitas destas actividades, o Algarve deve equipar-se com modernas vias pedonais e de ciclovias, à semelhança de muitos países europeus.

Problemática vital, que sempre é tratada nos documentos das principais instituições regionais, embora com pouca ou nenhuma concretização, é a diversificação da economia da região, apostando em sectores que já foram pilares da sua economia, como a agricultura, a pesca e a indústria, adaptadas aos nossos dias.

Também nevrálgico, na perspectiva social, será a defesa dos direitos laborais dos vastos e diversificados trabalhadores/as do turismo.

E não menos importante, é o envolvimento, nas apenas das autarquias, as quais já estão bem presentes, e nem sempre por bons motivos, mas também dos vários graus de ensino e das populações.

O Algarve foi um dos lugares de projecção de Portugal no orbi. O seu turismo deve contribuir para um espírito de harmonia e de paz que enlace a miscelândia de povos que o visitam.

Bibliografia

Algarve (O), 1908-1932

Correio do Sul, 1938

Diário do Algarve, 1932

Gazeta dos Caminhos de Ferro. (1902-1964), Costa, Leonilde de Mendonça e, dir. publ.

Ilustração Portuguesa (1903-1923)

Louletano (O), 1933-1942

Revista de Turismo. Revista da Empresa de Turismo, Agostinho Lourenço, 1916-1924.

Cabreira, Tomás. *O Algarve Económico*. Lisboa, Imprensa Libanio da Silva, 1918.

Câmara Municipal de Faro, *Catálogo da Exposição: a Câmara Municipal de Faro Protege o Património*. Coord. Conceição Pinto. Faro, Câmara Municipal de Faro, 1997.

Cavaco, Carminda. *Turismo e Demografia no Algarve*. Editorial Progresso Social e Democracia, SARL, Lisboa, 1980.

Cavaco, Carminda. *Geografia e Turismo no Algarve. Aspectos Contemporâneos*. Separata de *Finisterra Revista Portuguesa de Geografia*, Vol. IV-8, Lisboa, 1969

Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas e Novos Lugares de Turismo de Lazer. Homenagem à Professora Doutora Carminda Cavaco, Coordenação Maria Lucinda Fonseca. Edição Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2006.

Diário da Câmara dos Deputados (1911).

Gascon, José António Guerreiro. *Subsídios Para a Monografia de Monchique*. Edição da viúva do autor Maria C. R. Guerreiro Gascon, Portimão, 1955.

Gomes, E. *Poetas e Prosadores Algarvios*. Faro, Temas e Estudos Algarvios, Algarve em Foco, 1999.

Gonçalves, I.. *Escritores Portugueses do Algarve (nascidos entre 1924 e 1968*), Lisboa, Edições Colibri, 2006.

Itinerários Arqueológicos do Alentejo e Algarve. Programa de Valorização Cultural e Divulgação Turística [s.d.]. Lisboa, Ministério do Comércio e Turismo. Secretaria de Estado do Turismo, Secretaria de Estado da Cultura, Instituto Português do Património Arquitectónico e Arqueológico.

Jorge, Lídia. *Património Cultural, Conhecimento e Cidadania*, Conferência Internacional por ocasião do 10.º aniversário da Convenção de Faro, Teatro das Figuras, 2015.

Lameira, Francisco. *A Talha no Algarve Durante o Antigo Regime*. *Dissertação de Doutoramento e História de Arte Moderna*, Faro, Câmara Municipal de Faro, 2000.

Marado, Catarina Almeida. *Antigos Conventos do Algarve. Um Percurso pelo Património da Região*, Lisboa, Edições Colibri, 2006.

Morán, Elena. *Alcalar. Monumentos Megalíticos*. Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, Lisboa, 2008.

Relatorio Apresentado Á Junta Geral do Districto de Faro na Sessão Ordinaria de 1873 pelo Conselheiro Governador Civil José de Beires, Typographia do Districto de Faro, Faro, 1873.

Relatorio Apresentado Á Junta Geral do Districto de Faro na Sessão Ordinaria de 1877 Com Documentos e Mappas Illustrativos pelo Conselheiro Governador Civil José de Beires. Typographia do Districto de Faro, Faro, 1877.

Rodrigues, Joaquim. *Da mítica Carteia ao cosmopolitismo dos anos 60*. *Quarteira um Olhar Sobre o Passado*, Câmara Municipal de Loulé, 2001.

SANTOS, Figueiredo. *Turismo Mosaico de Sonhos. Incursões Sociológicas pela Cultura Turística*, Edições Colibri, Lisboa, 2002.

Turismo. Estratégia de Desenvolvimento e Quadro de Apoio Financeiro, Ministério do Comércio e Turismo, Julho 1993.

Oeiras com história, [http://www.oeirascomhistoria.pt/promontorio-de-sagres-distinguido-com-marca-do-patrimonio-europeu/], Site acedido em 20 de Março de 2016.

RT, [https://actualidad.rt.com/actualidad/201062-estado-islamico-destruccion-palmira-video], Site acedido em 2 de Março de 2016.

Nota Biográfica

Joaquim Manuel Vieira Rodrigues é licenciado em História pela Faculdade de Letras de Lisboa e professor aposentado do ES.

Mestre e doutor em História Contemporânea pela UNL.

Investigador associado do IHC.

Entre muitos outros trabalhos:

- *A Indústria de Conservas no Algarve (1865-1945*), Tese de Mestrado em História do Século XX, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 1997. (23/10/1997).

- *O Algarve e a Grande Guerra. A Questão das Subsistências (1914-1918*), Tese de Doutoramento em História Económica e Social Contemporânea, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2010. (31/05/2010).

TURISMO E CULTURA DE MASSAS

Trafaria e turismo, a evolução de uma identidade

Luís Manata, Madalena Corte-Real, Maria João Gomes
e Marianna Monte

Resumo

Tomando como estudo de caso a Trafaria, na margem sul do estuário do Tejo, no presente artigo pretende-se abordar o conceito de **turismo em áreas periféricas**, enquanto atividade centrada em territórios nas margens, tanto em termos sociais como espaciais assim como perto de lugares com grande procura turística. Considera-se, na análise, a evolução histórica ao longo do século XX recorrendo a diversa bibliografia, documentos onde constam linhas orientadoras preconizadas para o desenvolvimento do território, assim como a observação participante através do contacto com atores locais e população. Apresentam-se iniciativas que poderão desencadear a ativação do território e propõe-se uma reflexão relativamente aos desafios que se levantam na promoção da identidade local para fins turísticos e de lazer.

Palavras-chave: turismo em áreas periféricas, ativação do território, turismo sustentável, Trafaria

Abstract

Taking Trafaria as a case study, a village near Lisbon on the south bank of the Tagus estuary, this article aims to approach the concept of **tourism in peripheral areas**, as an activity centred on territories on the margins, both in social and spatial terms as well as near places with great tourist demand. The analysis considers the historical evolution throughout the XX.th century using various bibliography, documents containing recommended guidelines for the development of the territory, as well as

participant observation through contact with local actors and population. Initiatives that may trigger the activation of the territory are presented as well as a reflection on the challenges that arise in promoting local identity for tourism and leisure purposes is proposed.

Keywords: tourism in peripheral areas, territorial activation, sustainable tourism, Trafaria

I. Introdução

O presente artigo, tal como a apresentação no *I Congresso Nacional de Turismo, História, Património e Ideologia*, surge no âmbito de um estudo exploratório para uma proposta apresentada em 2016 à Junta da União das Freguesias de Caparica e Trafaria e à Câmara Municipal de Almada com o intuito de despoletar o desenvolvimento de potencialidades sócio-espaciais locais associado a uma tipologia de turismo que denominamos como turismo em áreas periféricas.

Através da análise da Trafaria, junto ao estuário do Tejo, uma vila caracterizada por diversas vulnerabilidades sociais, um edificado industrial obsoleto e abandonado assim como bairros deteriorados, pretende-se olhar para a redefinição espacial ao longo dos tempos e considerar a ativação do território como possível alavanca de desenvolvimento local, tendo por base a promoção da identidade e a criação de oportunidades socioeconómicas para a população.

Uma das razões para a seleção deste território é o facto de se estarem a desencadear várias dinâmicas, ao nível territorial assim como no contexto da Área Metropolitana de Lisboa, que poderão ter profundas influências na forma como o território é percebido.

Tendo em conta a identidade espacial de um território, resultado de inter-relações e enquanto processo em permanente construção (Massey, 2005), pretende-se levar a cabo uma reflexão sobre o sentido de lugar num contexto fora das zonas históricas e centrais.

Com vista a compreender as linhas estratégicas preconizadas para a zona, analisou-se bibliografia teórica e documentação técnica. Consideraram-se ainda artigos de imprensa e recorreu-se a observação participante ao visitar o território de forma regular, assistindo às diversas iniciativas que vão ocorrendo, falando com a população, com responsáveis de instituições e outros atores que atuam localmente.

No âmbito da reconceptualização do lugar, tendo em conta uma realidade cada vez mais complexa, pretende-se promover ideias e ações para a ativação do território para um turismo sustentável, implicando no seu desenvolvimento, a participação da população local, parceiros institucionais e privados. Como refere Orsbali (2000: 3) perante a inevitabilidade do crescimento do turismo há a necessidade de criar um equilíbrio, pois só o

planeamento turístico que beneficia diretamente os interesses locais e a economia local servirá a continuação realista do património.

II. Turismo Urbano

Turismo e lazer estão indiscutivelmente em crescimento sendo que, segundo dados da Organização Mundial de Turismo, o número de chegadas de turistas internacionais (visitantes que pernoitam) continuou a subir em 2015 com um crescimento de 4,6% atingindo um total de 1186 milhões em todo o mundo, o que representa um aumento de 52 milhões face ao ano anterior. Se em 1950 estes números rondavam os 25 milhões de turistas internacionais, prevê-se que em 2030 sejam 1.8 biliões (UNWTO, 2016: 3).

O valor do turismo, enquanto atividade económica, é central ao seu desenvolvimento (Bourdin, 2005: 16) e o turista, enquanto consumidor, tornou-se um usuário precioso dos territórios visitados (Selby, 2004: 3). Edwards, Griffin & Hayllar (2008: 1038) consideram que o turismo urbano é

> *"one among many social and economic forces in the urban environment. It encompasses an industry that manages and markets a variety of products and experiences to people who have a wide range of motivations, preferences and cultural perspectives and are involved in a dialectic engagement with the host community. The outcome of this engagement realizes a set of consequences for the tourist, the host community and the industry."*

O turismo urbano tornou-se uma atividade central em muitas das cidades europeias contemporâneas. Paralelamente às transformações que se sucedem de forma estrutural e cultural na cidade contemporânea, a prática turística está-se a alterar de forma rápida e significativa. O modo como o turista escolhe a cidade, a quer percorrer e olhar está cada vez mais associado, e é praticamente indistinguível, das outras formas de práticas sociais e culturais. A identificação com determinado grupo social surge associada a diferentes tipos de consumo e, em particular, ao consumo cultural (Urry, 2002: 74). Esta integração da prática turística na sociedade europeia atual, tal como os novos modos de individualização do consumo, reflete e são refletidos pela maior diversidade e a aparência de novos tipos de turismo e de turista e por novos significados associados à prática.

Foi essencial à evolução do turismo urbano, nas últimas décadas, a facilidade de acesso a marcações, pagamentos e comunicação, fatores que

permitem, cada vez mais, a cidade ser selecionada e experienciada de um modo mais personalizado.

Também é de referir a importância dos voos *low-cost* ou do TGV que tornam uma viagem de lazer de poucos dias algo acessível e repetível. Gera-se um novo tipo de turista com uma relação diferente com a cidade a visitar libertando a viagem da eficiência económica e temporal a que frequentemente estão sujeitas. Associado ao mesmo fenómeno surgem os indivíduos hipermóveis, que se deslocam frequente em trabalho, vivendo simultaneamente em diferentes cidades.

Consequentemente, cada vez mais, o uso lúdico da cidade por parte do residente e do turista não se distingue; o caminhar ao longo do centro histórico, tomar uma refeição numa esplanada junto ao rio ou ir a uma exposição são atividades lúdicas da cidade disponíveis e utilizadas por turistas e não turistas (Judd, 2003:3 1; Baptista, 2005: 53).

Também Ashworth & Page (2011: 7) observam que, cada vez mais na apropriação da cidade, a distinção, de uso e motivação, entre turista e não turista é menos relevante; o turista é só um residente de férias, o residente é o turista entre viagens. O turista e o residente têm acesso às mesmas infraestruturas, serviços, atrações culturais, lojas e meios de transporte. Há uma convergência em termos de consumo.

II.1 O turismo na cidade central

O centro histórico, como atração turística, tem tido um importante papel na localização do global e globalização do local, assim como é reflexo da sociedade que o produz e consome (Ashworth & Page, 2011). Atualmente, no mundo global vive-se uma realidade partilhada; em contextos semelhantes, a evolução é cada vez mais sincrónica, a informação, as imagens geradas nas diversas partes do mundo contribuem para a coincidência de desejos, de imaginários e porventura de destinos comuns.

Lisboa, embora com uma afirmação tardia em relação a outras capitais europeias, tem vindo a conhecer uma rápida transformação, em particular na valorização do seu centro histórico. Este tende a ser cada vez mais reinventado em consonância com a célere procura enquanto destino turístico.

De acordo com dados do INE sobre turismo, a Região de Lisboa está a ter um crescimento exponencial. A título de exemplo, em 2016 a cidade de Lisboa predominou, no contexto nacional, relativamente ao movimento

de cruzeiros. Num total de 311 escalas passaram por Lisboa 522 497 passageiros (superando pela primeira vez o Funchal) (INE, 2016). Entre 2009 a 2016, Lisboa está entre as cinco cidades de destino com maiores taxas de crescimento na Europa (Hedrick-Wong & Choong, 2016). Como tantas vezes se ouve: Lisboa está na moda.

São observáveis, em toda a cidade central, fenómenos de preservação e intervenção no espaço público. Estes, mais do que melhorar o meio físico, ratificam o valor patrimonial para o visitante e para o residente do meio. A Praça do Comércio e o seu edificado, redirecionado para turismo e lazer, e a recente intervenção na Ribeira das Naus, são exemplos de intervenções muito visíveis de preservação e estetização do núcleo histórico de Lisboa.

Inevitavelmente esta parte da cidade tem vindo a ser dominada pelas atividades dirigidas ao segmento turístico com a propagação de hotéis, *hostels*, apartamentos turísticos, *street food*, lojas de souvenirs, cafés, restaurantes, formas de transporte individual (com destaque para o *tuk-tuk*), já considerado por muitos uma orientação excessiva para atender aos interesses e necessidades dos visitantes.

No mesmo sentido, no âmbito da crescente orientação das zonas históricas da cidade para espaços de consumo e lazer (Zukin, 1998; Miles & Miles, 2004) em que o turismo define a maneira como os lugares são reestruturados bem como as atividades locais são planeadas e previstas (Baptista, 2005) vários têm sido os impactos negativos apontados. As principais críticas em relação a esta reinvenção de territórios e, consequentemente, o questionamento dos benefícios dos impactos para os moradores e ocupantes de longa data, incluem a mercantilização da cultura e a perda de autenticidade, a especulação imobiliária e processos de gentrificação (Zukin, 2010), ao deslocar a população com fracos recursos.

A valorização de territórios em zonas anteriormente marginalizadas que se tornaram-particularmente populares não só para fins turísticos e outros padrões de usos como estudantes e *hipsters* (Leite, 2002; Zukin, 2010; Novy, 2011) também se verifica no caso de Lisboa em territórios como o Cais do Sodré (Nofre, 2013).

A cidade histórica enquanto produto turístico tende a responder às necessidades de uma procura turística crescente, especializa-se na gestão de grandes fluxos de visitantes oferecendo um uso lúdico, seguro, culturalmente apetecível.

Neste contexto, tendo em conta a diversidade de tipologias de turistas e o crescente congestionamento dos pontos mais atrativos, observa-se uma procura pela cidade "real" e "autêntica" afastada das massas turísticas e dos principais pontos de atração.

II.2 O turismo em áreas periféricas

O turismo, como já mencionado, é um produto da cultura global de consumo. Assim, surgem formas alternativas ao consumo massificado, adaptando-se a oferta aos desejos de cada grupo específico, criando uma maior individualização e exigência na escolha do destino pretendido (Judd, 2003: 32). O turismo em zonas periféricas aos grandes centros, surge como um produto paradigmático do turismo e do turista contemporâneo.

Cada vez mais, em particular no contexto europeu, o turista seleciona e constrói a sua experiência na cidade. Em particular o turismo na cidade policêntrica é algo bastante mais complexo do que o uso exclusivo dos determinados locais turísticos pré-definidos (Maitland & Newman, 2008).

A cidade, enquanto espaço multifuncional com uma grande diversidade de recursos, funciona como matéria bruta a partir da qual o visitante cria a sua dinâmica experiencial. De acordo com Maitland & Newman (2008), à medida que o visitante, turista vai satisfazendo as suas necessidades e preferências, torna-se um ator ativo na evolução das dinâmicas urbanas, isto é, o turista não é só um consumidor, mas é visto enquanto produtor.

Maitland (2013) considera que há uma crescente procura por zonas fora dos locais mais turísticos e mais emblemáticos em termos de monumentos, e pelo contacto com os habitantes locais questionando até que ponto terá esta atividade também capacidade de contribuir para processos idênticos de transformação espacial, ou seja, até que ponto as transformações espaciais com consequências nas dinâmicas sociais que ocorrem em territórios em zonas centrais da cidade, têm igualmente lugar em contextos periféricos e de que forma a aposta no turismo e lazer, assim como as iniciativas socioculturais, podem ajudar as populações locais.

Considera-se assim o repensar o turismo enquanto veículo de desenvolvimento a partir da promoção, (re)distribuição do turismo do centro urbano para as zonas mais periféricas (Ashworth & Page, 2011).

II. 3 A sustentabilidade social como essência do turismo urbano em áreas periféricas

Antes de mais, o turismo urbano é uma faceta do desenvolvimento dum território. Assim, a sua sustentabilidade enquanto realidade multidimensional existe integrada em políticas de desenvolvimento sustentável mais abrangentes.

O turismo urbano sustentável nos territórios periféricos à cidade destaca-se por se desenvolver intencionalmente assente na comunidade local e na desmercantilização, ou por um menor seguimento das regras do turismo de massas, apostando num uso mais extensivo, mais integrado na realidade local, contrariando a tendência das vantagens económicas e do domínio dos benefícios diretos do turismo se concentrarem em sectores específicos da economia.

Costa & Marinotti (2003: 67) abordam enquanto, teoria de regulação do turismo, a *Teoria da colaboração*, considerando-a uma nova versão do desenvolvimento local de turismo sustentável, assente num processo de decisão conjunta entre entidades autónomas com destaque para a articulação dos principais atores-estratégicos de um território turístico ou com potencial turístico. Ao focar-se a potencialidade do turismo no desenvolvimento socioeconómico local, foca-se numa oferta de bens e serviços que permitam uma interação do turista com a comunidade local.

III. A Trafaria – evolução de uma identidade

Com o objetivo de observar o turismo urbano em áreas periféricas, apresenta-se a Trafaria como estudo de caso de um território periférico da área metropolitana de Lisboa, onde o turismo ainda tem pouco impacto no território e população.

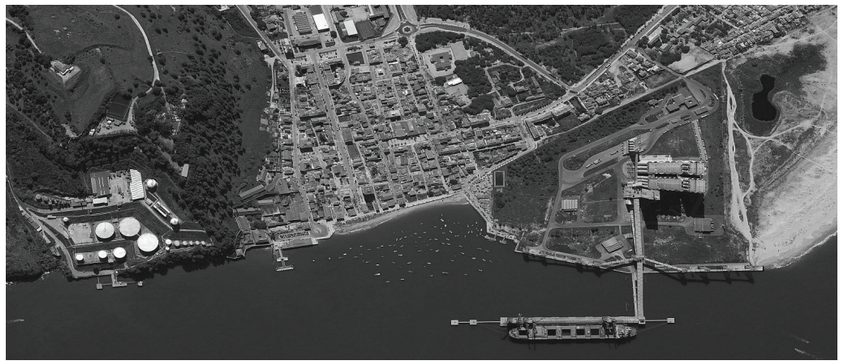


Figura 1. Trafaria (Fonte: https://www.bing.com/mapspreview)

A Trafaria fica situada na margem sul do estuário do Tejo no concelho de Almada que integra o distrito de Setúbal. No âmbito da reforma administrativa nacional em 2013 foi agregada à freguesia do Monte da Caparica. No passado, a sua difícil acessibilidade provocada em parte por uma barreira natural com declive acentuado, zonas pantanosas e virada para o estuário, ocupada por gente de passagem e ou à margem, marcaram certamente a identidade do território.

Em 1695 estabeleceu-se um lazareto destinado às quarentenas que foi mandado edificar em 1565 pelo Cardeal D. Henrique. Terá começado aí, como refere Carlos Leal, a Trafaria por servir de depósito para o que fosse indesejável em Lisboa tendo sido inclusivamente decretado pela Câmara de Lisboa, no século XVIII, despejar lixo e lamas na enseada da Trafaria (Leal, 2014: 8, 9).

Em 1700, segundo dados apurados pelos livros dos Assentos, a população não excederia as 40 pessoas (Leal, 2014: 9). As más condições de habitação, o lazareto, zonas alagadas e águas estagnadas juntamente com altas temperaturas no verão, eram propensos a epidemias que assolavam a população e que levou, em finais do século XIX, a obras de drenagem, secagem e florestação (Leal, 2014; 12-16).

Ao longo dos tempos, a imagem transmitida sobre o território era bastante negativa, nomeadamente em meados do século XIX, em que a imprensa retrata a Trafaria como zona de miséria e até mesmo local de infratores (Leal, 2014: 26).

A Trafaria foi considerada, dada a sua posição estratégica, de relevante importância militar. Entre os edifícios emblemáticos, destaca-se o forte construído no século XVII, que foi construído junto ao impedimento, o lazareto, segundo ordens de D. Pedro II. Juntou-se assim funções sanitária, aduaneira, fiscal, religiosa e militar. Posteriormente o edifício serviu de presídio civil político e ainda presídio militar (Leal, 2014: 76, 86). Depois de ter tido diferentes usos, e conhecido obras de recuperação no início do século XX, é hoje considerado um imóvel de interesse patrimonial municipal, encontrando-se, no entanto, bastante degradado.



Figura 2. Interior do Presídio da Trafaria (Fotografia: Autores)

A zona da Trafaria começou por ser marcada pelo mundo rural: no século XVIII estão referenciadas várias quintas sendo a vinha a principal produção agrícola. A localização de moinhos no território indicia a importância do local para a moagem de cereal (Leal, 2014: 34-35). A pesca foi ficando enraizada neste povoamento, cuja riqueza das águas atraiu populações oceânicas, nomeadamente do Algarve e de Ílhavo, que passaram por estas terras, de início sazonalmente. Juntamente com atividades conexas, tem sido uma importante base económica destas populações que vivem na frente ribeirinha e que ainda hoje está presente, sobretudo a apanha da amêijoa. Pescadores entrevistados fazem referência a familiares, provenientes de diferentes partes do país, terem trabalhado na indústria conserveira durante a primeira metade do século XX enquanto outros se dedicavam à pesca. Outro aspeto destacado é a ligação com a Costa da Caparica, sendo que alguns pescam na zona costeira por altura do Verão.

Nos finais desse século XIX, a praia da Trafaria começou a ser utilizada para fins de lazer e terapêuticos, tendo a rainha D.ª Amélia, em 1901, inaugurado a primeira colónia balnear que existiu em Portugal destinada a crianças carenciadas. Só mais tarde é que a Costa de Caparica passou a assumir o lugar de destaque como território de veraneio. Enquanto estância balnear passou igualmente a atrair toda uma atividade cultural e social.

Durante as primeiras décadas do século XX, a economia da zona caracterizou-se pela piscatória e por atividades industriais como a fábrica de dinamite, as conserveiras ou as confeções, atividades entretanto desativadas, e que hoje se reflete em vários edifícios industriais deixados ao abandono. A zona passa, a partir de meados dos anos 80, a ser dominada pela presença dos silos da Silopor, unidade destinada a armazenagem de granéis sólidos. Como refere a empresa, constitui-se com o mais moderno terminal de águas profundas existente nas zonas do Mediterrâneo e Europa Ocidental. Está tecnologicamente preparado, não só para servir o mercado nacional, como para operações de elevados rendimentos de descarga e carga internacional de cereais (http://www.silopor.pt/styled-2/index.html).



Figura 3. Passeio ribeirinho com vista dos silos (Fotografia: Autores)

Na zona em análise coabitam residentes de naturalidade portuguesa, dos PALOP e de etnia cigana sendo que na Vila e no Bairro Social continuam a residir essencialmente pescadores e os trafarienses de origem (Parque Expo, 2005: 3/27).

O território destaca-se no concelho no que diz respeito a vulnerabilidades sociais, apresentando juntamente com a freguesia da Caparica, segundo dados do último censo (2011) as maiores taxas de analfabetismo do concelho (com 5% face a 3% em Almada) e a maior taxa de desemprego (com 20% face a 14% no concelho). Neste território estão identificadas, por parte de técnicos locais, questões resultantes das dificuldades de convi-

vência entre indivíduos/grupos de diferentes culturas e desocupação, nomeadamente entre jovens.

No âmbito do presente posicionamento da cidade de Lisboa cada vez mais orientada para o turismo e lazer, a requalificação da zona ribeirinha e a construção de um novo terminal de cruzeiros no sentido de duplicar a capacidade de receber turistas, tornou necessário pensar a transferência do terminal de contentores. A Trafaria foi uma aposta a considerar que encontrou resistência local sustentada, em termos oficiais, no Plano de Ordenamento da Orla Costeira (POOC Sintra - Sado) e no PDM de Almada que definem o eixo Trafaria/Costa de Caparica como de vocação predominantemente turística. A Assembleia Municipal de Almada reafirmou, em 2009, que as opções de desenvolvimento da Trafaria já definidas, passam pela requalificação urbana e a valorização ambiental da Freguesia, que diversifique e qualifique os núcleos habitacionais, incentive atividades que promovam o emprego, e de elevado potencial económico, designadamente turismo, pesca, recreio e lazer e aproveite de forma sustentável as áreas de elevado valor patrimonial em termos de recursos naturais e paisagísticos. Na imprensa, em 2013, o Presidente da Freguesia alegou que a Trafaria tem uma "história" e um "património", bem como um "grande desígnio" para concretizar. Defendeu que "Há muito que aguardamos a reabilitação de toda a frente ribeirinha para o turismo e para o lazer e para dar dignidade àquela que é a atividade económica mais relevante na nossa freguesia e que impulsionará seguramente o desenvolvimento económico e o desenvolvimento da Trafaria, que é a atividade da pesca" (Lusa, 2013).

Num primeiro contacto no terreno, foi subscrita por parte da população a perspetiva de que a instalação de um terminal de contentores não traria grandes melhorias em termos de emprego e que por sua vez as iniciativas culturais são bem acolhidas.

Neste contexto tem aumentado a oferta de restauração e têm surgido projetos de reabilitação do edificado no núcleo central da Trafaria. Começam também a aparecer as primeiras ofertas em termos de aluguer de curta duração e em que os visitantes, que por lá passam, destacam as vistas para Lisboa e para o rio, a tranquilidade, os poucos turistas, a oferta gastronómica e o facto de estar perto da praia e de Lisboa. No Verão de 2016, durante um fim-de-semana realizou-se um evento à volta do tema do vinho e que foi amplamente visitado, levando à repetição da experiência em 2017.

Para além da presença de coletividades locais, de uma associação cultural antiga (Centro de Arqueologia de Almada), vários interventores de fora têm vindo a interessar-se por este território com destaque para atores ligados à arquitetura.

Em 2013 a junta da União das Freguesias de Caparica e Trafaria, em parceria com a EDA, *Associação Ensaios e Diálogos*, desenvolveu o projeto de instalação da Biblioteca da Trafaria que se tornou num espaço importante de dinamização cultural e de atividades com vista à integração social e à dinamização cultural, contribuindo ainda para a dinamização de eventos capazes de trazer visitantes à Vila.

Em junho de 2016, no antigo presídio da Trafaria, um laboratório de coletivos de arquitetura experimental, curadores, ativistas culturais e cidadãos, portugueses, mas sobretudo estrangeiros, participaram num workshop para formar um espaço para comunidades criativas. Em outubro, no âmbito da Trienal de Arquitectura de Lisboa, foram apresentadas diversas iniciativas.

IV. Desafios na ativação de um território

Face ao exposto, considerou-se que o aumento do turismo na região de Lisboa, em particular na cidade de Lisboa, a necessidade de criar novos polos de atração, de diversificar turistas e criar outros nichos; a procura por ambientes locais "autênticos" torna a Trafaria particularmente apelativa. Como aspetos valorativos destaca-se a vista sobre Lisboa, Bugio e barra do Tejo; a acessibilidade rodo e fluvial à localidade; a proximidade tanto a Lisboa como às praia com uma ciclovia que liga o centro da Vila à Costa da Caparica; a presença da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa nas imediações; uma rede associativa diversificada; o património existente, nomeadamente fortalezas, igreja matriz, presídio, arquitetura vernacular; a existência de práticas culturais identitárias - pesca, gastronomia, festividades, um núcleo urbano central com potencial de requalificação e atrativo de fixação de jovens, valores naturais importantes como o estuário e arriba fóssil, espaços públicos, nomeadamente zonas verdes que podem ser potenciados, edifícios passíveis de serem aproveitados para novas utilizações.

Neste sentido, impõe-se continuar a fazer um levantamento junto à população no terreno, visitando coletividades e outras associações, abordar as pessoas no espaço público, visitar instituições e empresas, antes de mais

no sentido de aprofundar o levantamento do território no sentido de identificar a identidade local, a perceção sobre os diversos espaços públicos e problemas e necessidades sentidas por parte da população e outros atores sociais para de seguida desenvolver sinergias com diferentes agentes com vista a implementar diferentes iniciativas.

Assim, alguns caminhos a serem explorados podem passar por:

- Tornar a Trafaria um polo de atração para novas atividades profissionais e residência de jovens;
- Promover ocupação com entre-usos dos espaços expectantes da Vila com ateliês, comércio e serviços de interesse turístico que atraiam jovens empreendedores e permitam criar valor económico;
- Desenvolver um projeto de valorização do património histórico da indústria das Conservas, nomeadamente criação de uma loja/bar de conservas podendo eventualmente musealizar em parceria com entidades existentes;
- Desenvolver um plano de formação para moradores que seja parte integrante no desenvolvimento turístico da vila;
- Desenvolver um projeto comunitário que sirva para mobilizar e juntar a população local e que sirva para aproximar os de dentro e os de fora;
- Realizar algumas ações concretas no espaço público através da participação ativa dos moradores da Vila, tanto na sua conceção, como na sua execução;
- Tornar a ciclovia de acesso à Costa da Caparica como a "forma moderna de ir à praia".

V. Considerações finais

Existe um interesse crescente em desenvolver territórios através da promoção de ativos locais. Turismo e lazer são considerados cada vez mais como potenciadores para alavancar a imagem local através de iniciativas e criação de espaços que atraiam novos consumidores e desencadeiem novas dinâmicas.

Aqui evidencia a presença de organizações que trabalham na indústria cultural, que é considerada pelo governo local, como um elemento-chave na reconstrução de significados locais. Neste contexto destacam-se eventos como festivais e o papel da comunicação social, bem como das redes sociais virtuais em disseminar tendências em termos de realidades urbanas que são aspetos importantes na promoção de um território. Estas iniciativas não deixam de ser importantes para mudar o estigma de certos territórios, mas quando estes são atrativos para novos visitantes e moradores há que acautelar, antes de mais, o impacto deste desenvolvimento para muitas das populações com pouca formação para atividades e iniciativas muitas vezes promovidas e dirigidas para a classe média que é atraída pelas oportunidades localmente criadas.

Muitos atores socioculturais surgem nestes territórios para trabalhar com as populações locais que começam a habituar-se à presença constante dos de fora a querem desenvolver iniciativas e que acabam, na maior parte dos casos, por não ser mais que pequenos apontamentos pontuais.

No sentido de conseguir promover uma maior inclusão e oportunidades para a população local é necessário desenvolver projetos de longa duração, que começa com a criação de laços e confiança, uma tarefa que exige tempo como foi subscrito por uma técnica local. É necessário colaborar com instituições públicas e investir ao nível da formação profissional no sentido de vocacionar populações locais para as novas atividades. Este é um desafio particularmente pertinente num contexto em que os financiamentos sociais tendem a ser cada vez de mais de curta duração que sirvam de catalisadores para acionar o empreendedorismo social.

Importa, também, monitorizar e avaliar estas iniciativas, de forma quantitativa e qualitativa a fim de identificar boas práticas. Para isso criar uma metodologia mais eficaz para uma leitura correta das incidências e que ao mesmo tempo forneça os indicadores de reflexão sobre as melhores práticas a serem introduzidas para ajudar as populações locais a encontrarem alguns caminhos possíveis de desenvolvimento.



Figura 4. Embarcação e ruína de antiga fábrica de conserva (fotografia: Autores)

Bibliografia

Ashworth, Gregory and Stephen J. Page, "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes." Tourism Management 32 (2011): 1–15

Assembleia Municipal de Almada. *EDITAL Nº 32/X-1º/2009-10 (Sobre a "Reserva de Território na Trafaria para Terminal de Contentores" no quadro da alteração do Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa (PROT-AML)*, 2009.

Baptista, Luís V. , "Territórios lúdicos (e o que torna lúdico um território): ensaiando um ponto de partida." *Fórum Sociológico* 13/14, 2ª Série (2005): 47-58.

Bourdin, Alain. "Turismo Patrimonial, Cidade e Civilização dos Indivíduos." *Forum Sociológico* 13/14 (2005): 13-29.

Costa, Nícolo and Marinotti Guido, "Social Theories of Tourism. Regulating People, Markets and City Space" in *Cities and Visitors*, ed. Lily M.Hoffman, Susan S. Fainstein, and Dennis R. Judd, 53-72. Blackwell Publishing, 2003.

Edward, Deborah, Tony Griffin and Bruce Hayllar, "Urban Tourism Research. Developing an Agenda" *Annals of Tourism Research* 35, 4 (2008): 132-152

Hedrick-Wong, Yuwa and Desmond Choong, *Global Destination Index by Mastercard*. Mastercard, 2016. https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf

INE. *Estatística do Turismo 2015*. Lisboa: INE, 2016.

Judd, Dennis R. *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*. Armonk: M.E. Sarpe, 2003.

Leal, Carlos B. *Ou Trafaria*. Trafaria: União das Freguesias da Caparica e Trafaria, 2014.

Leite, Rogério P. "Contra-Usos e Espaço Público: Notas Sobre a Construção Social dos Lugares na Manguetown". *Revista Brasileira de Ciências Sociais* 17, 49 (2002):115-134.

Lusa. "Cordão humano contra contentores na Trafaria junta mais de mil pessoas." *Público*, July 13. (2013), https://www.publico.pt/local/noticia/cordao-humano-contra-contentores-na-trafaria-junta-mais-de-mil-pessoas-1600144

Maitland, Robert and Peter Newman, "Visitor-Host relationship: Conviviality Between Visitors and Host Communities " *City Spaces Tourist Places. Urban Tourism Precints.* (2008): 223-238

Maitland, Robert, "Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the Search for the 'Real London'" *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, 3 (2013): 12-19.

Massey, Doreen. *For Space*. London: Sage, 2005.

Miles, Steven and Malcon Miles. *Consuming Cities*. Hampshire and New York: Palgrave Macmillan, 2004.

Nofre, Jordi. "De lo sórdido a lo vintage, de la marginalización a la distinción. Gentrificación y ocio nocturno en Caisdo Sodré, Lisboa." *Fórum Sociológico* 23, (2013): 59-67. http://sociologico.revues.org/827

Novy, Johannes. "Marketing Marginalized Neighborhoods. Tourism and Leisure in the 21st Century Inner City." PhD Thesis, Columbia University, 2011.

Orbasli, Aylin. *Tourists in Historic Towns - Urban Conservation and Heritage Management*. New York: E & FN Spon., 2000.

Parque EXPO SA. *Costa da Trafaria Estudo de Enquadramento Estratégico*. Almada: CM, 2005.

Selby, Martin. *Understanding Urban Tourism: Image, Culture & Experience*. London: I. B. Tauris, 2004.

UNWTO – World Tourism Organization. *Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO, 2016.

Urry, John. *The Tourist Gaze*. London: Sage, 2002.

Zukin, Sharon. *The Naked City*. New York: Oxford University Press, 2010.

Zukin, Sharon. "Urban lifestyles: diversity and standardization in spaces of consumption." *Urban Studies*, 35, 5-6 (1998): 825-839.

Notas Biográficas

Madalena Corte-Real

Madalena Corte-Real (CicsNova e ISEC), é licenciada em Sociologia (Universidade de Coimbra), Mestre em Planeamento e Avaliação de Processos de Desenvolvimento (ISCTE-IUL). Doutorou-se em Estudos Urbanos (FCSH-UNL + ISCTE-IUL) tendo estudado o processo de revitalização da Mouraria. A principal área de interesse é a análise da perceção e produção do espaço num contexto de transformação territorial.

Maria João Monteiro Gomes

Maria João Monteiro Gomes (CicsNova) é arquitecta paisagista (ISA-UTL), mestre em Ecologia Humana (Universidade de Évora). Doutorou-se em Estudos Urbanos (FCSH-UNL + ISCTE-IUL) tendo estudado a prática caminhada na cidade. Os principais interesses de investigação são o espaço público enquanto lugar, a produção social do espaço e a ambiência urbana. Actualmente tem vindo a trabalhar estratégias urbanas para activação local.

Marianna Monte

Marianna Monte (CicsNova) é licenciada em Arquitetura e Urbanismo (Universidade Federal do Rio de Janeiro) e mestre em Desenho Urbano (Technishce Universität Berlin). Doutorou-se em Estudos Urbanos (FCSH--UNL + ISCTE-IUL) tendo estudado os entre-usos em Lisboa e Berlin. Os principais interesses de investigação são os entre-usos, as transformações urbanas e os impactos do turismo no espaço urbano.

Luis Manata e Silva

Luis Manata e Silva é licenciado em Sociologia (ISCTE-IUL), Programa Avançado para Executivos (Universidade Católica), pós-graduação em Metropolização, Planeamento Estratégico e Sustentabilidade (FCSH-UNL), doutorando em Estudos Urbanos (FCSH-UNL+ ISCTE-IUL) estudando a competitividade da marca de uma cidade turística portuguesa no mercado global. Os principais interesses de investigação são competitividade dos territórios, mobilidade e transportes públicos.

Cultura, história e sociedade em dois destinos turísticos da América Latina

Ivan Rêgo Aragão e Celeste Nava Jiménez

Resumo

O turismo como um fenômeno que proporciona a mobilidade da sociedade merece um estudo histórico vinculado aos elementos que identificam as atividades turísticas e culturais em regiões de países distantes. Pela perspectiva do aporte teórico-conceitual, o presente trabalho evidencia os fatos numa perspectiva histórica e turística de locais geograficamente diferenciados. O artigo discute categorias como história, turismo e sociedade em dois destinos na América Latina. O texto se detém a dois eixos principais: o primeiro aborda o estudo da história, turismo e sociedade na Cidade de Guanajuato, México, a segunda parte apresenta uma análise da história, festa, identidade e turismo em Aracaju, Brasil.

Palavras-chave: Turismo, Interculturalidade, Sociedade, Identidade

Abstract

Tourism as a phenomenon that provides the mobility of society deserves a historical study linked to the elements that identify the tourist and cultural activities in distant countries. From the perspective of theoretical-conceptual contribution, the present work shows the facts in a historical perspective and local tourist differentiated geographically. The article discusses categories as history, tourism and society in two destinations in Latin America. The text holds the two main axes: the first deals with the study of history, tourism and society in the city of Guanajuato, Mexico, the second part presents an analysis of history, party, identity and tourism in Aracaju, Brazil.

Keywords: Tourism, Interculturality, Societ, Identity

Introdução

A cultura encontra ampla aceitação nos estudos dos teóricos que refletem o valor na construção da identidade e pertencimento em lugares separados geograficamente, que possuem diferenças e semelhanças em processos de formação histórica cultural e apropriação pela atividade turística. Pelo diálogo intercultural, a UNESCO (BRASIL, 2011, p. 9) entende que se imbricam as diversas "[...] formas pelas quais as culturas se relacionam umas com as outras e uma maior consciência dos valores que partilham e dos seus objetivos comuns, para além de um inventário dos obstáculos a afastar para ultrapassar as diferenças culturais". É o caso da Cidade de Guanajuato no estado que recebe o mesmo nome na região Central do México e Aracaju no estado de Sergipe na região Nordeste do Brasil (Figura 1).



Figura 1. Mapa da América Latina. Destaque para México-Guanajuato e Brasil-Sergipe em Vermelho. Fonte: http://gabrielamapas.blogspot.com.br/2009/02/mapa-da-america-latina.html

Na relação dialética *glocal*,[1] elementos e fatos da cultura global possuem rebatimento na produção materiais e imateriais das localidades, e, nesse contexto, são adaptados pelo turismo para o usufruto de moradores e visitantes como valor de atrativo. O turismo ao se vincular à cultural local, é realizado através do encontro entre pessoas de diversos nichos, e por esse contato, estabelece-se uma aceitação e assimilação de costumes diversos. Alfonso (2003) menciona que o turismo produz a cultura do encontro. A atividade desde sua gênese até os dias atuais está ligada ao encontro de indivíduos e culturas diversas e suas manifestações.

Para Augé (2010), a mobilidade humana é verificada como elemento essencial para a relativização cultural. O indivíduo que viaja aos locais com culturas distintas a sua, torna-se um ser "transcultural" e adquirindo interesse por saberes, ofícios e construções do mundo. Dias (2000) argumenta que o turismo promove o intercâmbio entre diferentes culturas (com o contato entre os turistas e residentes locais) resultando disso mais compreensão e respeito mútuos, tolerância em relação a valores, hábitos e costumes diferentes, aceitação da pluralidade cultural como um aspecto importante da humanidade. Neste entendimento, a identidade se constrói não somente nas similitudes, mas também nas diferenças. Não basta dizer que é diferente, mas demonstrar em que se é diferente, pois como afirma Ortiz (2003), toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença.

A presença dos turistas fortalece hábitos e costumes da comunidade receptora, pois a partir desse contato podem-se perceber diferenças culturais entre o morador e o visitante. O contado entre guanajuatenses e visitantes no México, bem como, de sergipanos e turistas em Sergipe torna-se importante para a afirmação e valorização da identidade local nesses destinos de viagem. Hoje já se sabe quem nem sempre os de "fora" são responsáveis na sua totalidade por problemas de aculturação, exploração e violência. Pesquisas anteriores realizadas por antropólogos[2] já indicam que o visitante também pode passar por problemas de violência física, preconceito e falta de hospitalidade.

Através do aporte teórico-conceitual, o presente trabalho avalia a importância do diálogo com uma perspectiva cultural entre um destino oficializado pelo mote cultural (Cidade de Guanajuato/México) e outro de sol e praia (Aracaju/Brasil), analisando categorias tais como: história, turismo, sociedade, festa e identidade nesses dois destinos.

Dividido em duas partes, o trabalho aborda o estudo da história, turismo e sociedade no destino mexicano. A segunda parte apresenta uma análise da história, festa, identidade e turismo no atrativo brasileiro.

1 Termo utilizado para designar o modo de pensar e agir global, influenciando no local.

2 Barreto (2007), Graburn (2009), Santana (2009).

Sociedade, História e Turismo no México

Assim como ao redor do globo, o México está passado por transformações onde a sociedade vem experimentando um período de catarse social, política e econômica, cujo contexto nacional, presencia trocas e transformações que rebatem em seus habitantes numa ordem global-local. Nessa perspectiva, a sociedade mexicana tem buscado mudanças no que tange a globalização social, política e econômica. O turista *do* e *no* México, "representa bem essa nova dinâmica global e participa da abertura e da conquista de novas e surpreendentes regiões e espaços ambientais e culturais" (BENI, 2003, p. 17). Essas transformações na atitude dos indivíduos, embora a nível local denota rebatimento na situação global, pois visam aos seus membros se inserir em uma ordem mundial.

A globalização não traz consigo o significado de segmentação social, cultural e política, visto que, tenta destruir a pluralidade do mundo humano para evitar a diversidade e controlar e uniformizar as sociedades. Em contrapartida, surge o multiculturalismo (DEL MORAL, 2013) reconhecendo que a modernidade ocidental pode ser definida de muitas maneiras, bem como construir-se a partir de outras. Em tempos de globalização o turismo tem se configurado como uma atividade moderna e paradoxal: ao mesmo tempo em que aproxima as diferentes culturas de lugares longínquos, ele também põe em evidencia as diferenças culturais entre os povos e nações. Barretto (2007a) informa que, paralelamente, como atividade problemática relativa aos aspectos socioculturais e econômicos da sociedade afetada pelo turismo, o mesmo pode revitalizar culturas, economias locais e desenvolver a sociedade onde essa atividade está sendo desenvolvida.

A inserção do México na modernidade incluiu o processo de libertação social, econômica, artística, e de contextos educativos. Essa fase de transição ocorreu desde o rompimento dos laços que significava três séculos do vice-reinado espanhol, através de influências da Revolução Francesa, da ideologia liberal, a categoria progresso resultou no que posteriormente no que seria a cultura mexicana atualmente (ORTEGA; CORONA, 2014). Como informa os autores citados anteriormente, as cidades cresceram e com elas a produção de mineração, o que permitiu um processo de *boom* financeiro no século XVIII, Guanajuato representa na história um exemplo claro deste fato.

Turismo, História e Sociedade em Guanajuato

O estado de Guanajuato localizado no centro do país na região conhecida como *El Bajío*, possui um grau de importância no contexto da identidade nacional mexicana. É um destino onde o turismo representa a segunda renda após o setor automobilístico, possuindo a capital – Cidade de Guanajuato (Figuras 2 e 3) - um polo integral de desenvolvimento turístico desde 1975. A partir do ano de 1978, é considerado destino turístico prioritário pelo decreto presidencial (VIDAURRI, 2013).

A cidade de Guanajuato desde o ano de 1988 é Patrimônio Cultural da Humanidade declarada pela UNESCO. Na atualidade, vem sendo divulgada para ser um destino cultural do México, visto que, é fato um "[...] movimento de pessoas em busca de motivações essencialmente culturais, tais como excursões de estudo, teatralizações e excursões culturais, viagens para festivais e outros eventos" (RICHARDS, 2009, p. 26) em direção da cidade. Este é o principal potencial do destino guanajuatense, além de já ter sido nomeada a Capital Ibero-americana da gastronomia em 2015.



Figura 2. Campanário da Igreja *de la Compañia na Guanajuato cidade de Guanajuato*
Autora: Celeste Nava Jimenéz

Figura 3. Panorâmica da Cidade de Guanajuato. Fonte: www.mexicodestinos.com

Embora um termo em desuso, o país hoje se refere ao turismo como indústria, buscando cada vez mais segmentos turísticos como um sintoma da globalização no mundo. Atualmente, ouve-se nos discursos políticos quando se refere à Guanajuato como um pólo da indústria do turismo no México. Através do turismo cultural, o estado promoveu leis como à da promoção para o cinema e indústria audiovisual.[3] O secretário de estado de turismo como parte de suas funções, mediou às relações entre insti-

3 Apresentação à Assembleia do estado-conferência da lei de promoção para o cinema e indústria audiovisual em Guanajuato pelo delegado Adrián Camacho Trejo Moon. Disponível em: <http://www.congresogto.gob.mx/comunicados/propone-gppri-ley-de-fomento-a-la-industria-cinematografica-y-audiovisual-para-la-promocion-turistica-del-estado-de-guanajuato >. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

tuições e campos de procedimentos governamentais que correspondem o acompanhamento desta lei.

No país, o grupo de indivíduos relacionados por certas diretrizes, formas de vida, hábitos e sentimentos comuns (Greco, 2008, p. 357), dão significado para a cidade de Guanajuato, como um destino cultural. Para Barretto (2007b), ser um destino cultural implica fatores positivos, pois o turismo pode ser um meio eficiente para a preservação do patrimônio e do diálogo entre as culturas. O destaque a essa escolha de destino turístico, pressupõe que a sociedade humana deve ter a consciência do que significa a cultura numa esfera mundial. E perceber a multiplicidade de visões de mundo, refletida nos processos intercultural e multicultural.

Boaventura (2013) informa que a ciência tem papel na responsabilidade social e político, visto que a mesma faz parte da vida cotidiana das pessoas (Figura 4).

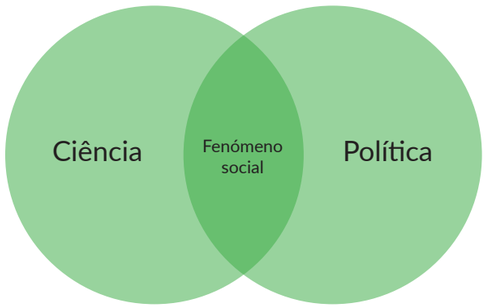


Figura 4. Gráfico sobre a Interação entre Ciência e Política como Responsabilidade Social
Fonte: Elaboração da Autora baseada em Boaventura (2013)

Nesse sentido, atribui-se que para interpretar o turismo como um objeto do estudo social, é necessário elevar a inter-relação do fenômeno entre sociedade, ciência e política, evitando fragmentar seus conhecimentos para apenas incluí-lo nos discursos de interesses econômicos e pragmáticos.

As duas categorias (turismo e sociedade) são elementos sociais que compõem uma rede de relações de cortes interculturais, envolvendo a relação de respeito e tolerância entre culturas, do turista para o local visitado, e este, para com o visitante. É um processo dialógico, onde o turismo como um fenômeno e seus atores sociais não devem exceder os limites do seu conhecimento, sendo racionais e positivos nos modos de pensar.

Esta visão ocidental e multicultural é percebida na Cidade de Guanajuato no México. O local é uma amostra representativa de um corpo maior, envolto numa dinâmica heterogênea cuja realidade social é caracterizada pela diversidade de atividades econômicas, juntamente com a complexidade, a variedade e o contexto de suas expressões políticos e simbólicos (Valencia, 1998). A troca de capital e as estatísticas turísticas não devem exceder as relações de uma sociedade turística com os visitantes, porque elas envolvem mais do que apenas números. Após a transformação da cidade em um destino turístico, a sociedade em Guanajuato tem buscado planejamento no campo dos atrativos.

Vidaurri (2013) em seu esforço para dar visibilidade à atividade turística em Guanajuato 1890-2007 descreve os fatos históricos vinculados à região de destino, como mostram os tópicos a seguir:

- 1548, a origem da população na região.
- Viagem de início do século XIX para Guanajuato por Alexander Von Humboldt.
- 1891, o primeiro calendário Guanajuato referindo-se a estabelecimentos voltados para os viajantes.
- 1903 é impresso o Guia para o Forasteiro no México.
- Após a Primeira Guerra Mundial, desponta o México como destino para o turista americano.
- Os anos 20 do século XX, o governo considera as ações para impulsionar o turismo e aumentar o fluxo de visitantes.
- 1930, menção no relatório oficial do governo de Agustin Arroyo, o ano em que a presença de turistas no estado é alimentada.
- 1948, as autoridades estaduais iniciam constantemente contemplar o tema do turismo.
- 1959, embaixadores visitam a cidade de Guanajuato. Declaração de “cidade-piloto de turismo”.
- 1960, considerada a cidade como *Meta Tourist City*. Primeiro guia turístico oficial.
- 1961-1967, período de promoção e fortalecimento do turismo com diversas obras que deram vida às atrações existentes.

- 1968, mantendo a Semana Cultural Olímpico. Criando a Casa do Artesanato, hoje Teatro Cervantes. Integração dos Comitês Municipais de Turismo. Edição UMA para o guia mensal dos turistas (México e EUA). Departamento de Turismo define o trabalho na promoção do turismo.
- 1970, a indústria hoteleira e de restauração dos investimentos.
- 1973 - 1979, período de fortalecimento de outros destinos turísticos no estado.
- 1977, criação do Conselho Estadual de Turismo.
- 1978, Guanajuato desponta entre os cinco mais importantes destinos do México. 325 hotéis e 565 restaurantes foram registrados no estado. Por decreto presidencial Guanajuato é "prioridade destino turístico".
- 1979 - 1984, o impacto econômico, cultural, social e política do turismo de massa, apontando para o turismo como um meio para manter a paz entre os povos são enfatizadas.
- 1988, Guanajuato é incluído na Lista do Património Mundial.
- 1992 é promovido Guanajuato na Feira Mundial de Sevilha. Três corredores turísticos são planejados.
- 1993, a Secretaria de Turismo (Diretoria de Turismo, Secretaria de Turismo e da Comissão de Turismo Pró-história são criados).
- 1994, a devolução do setor do turismo as funções federais. Criação do Conselho Consultivo de Turismo do Estado.
- 1998, é criada a Coordenação de Turismo do Estado.
- 2003, 451 estabelecimentos de alojamento são registrados.
- 2007, criação do Departamento de Desenvolvimento Turístico.

No tocante à sociedade, esta deve perceber as mudanças naturais, sociais e culturais em sua essência. Os indivíduos guanajuatoenses não devem perder sua identidade cultural e o sentido de pertença à sua terra, e tudo o que dela se manifesta. Entendendo que toda a identidade é construída, e seguindo um conceito de Castells (2003) de que essa construção vale-se da matéria-prima fornecida pelas ciências humanas, sociais e biológicas, por instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva, patrimônio, por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso.

O intuito está em reconsiderar o turismo como um fenômeno social, e a sociedade um elemento essencial para a manifestação deste fenômeno. É importante estudar tendo uma perspectiva interdisciplinar para qualificar o turismo como um objeto/fenômeno cultural que permite o diálogo entre culturas e indivíduos com diferentes visões de mundo. Acima de tudo, a sociedade de hoje que vive o destino de Guanajuato, deve ser capaz de reconsiderar e se sensibilizar para estas novas dinâmicas contemporâneas que fazem vibrar a cidade e os fenômenos que se manifestam nela.

Turismo, História, Identidade em Sergipe

Historicamente, o Brasil é um país que tem como maior densidade populacional a região litorânea em detrimento do interior. Localizado na região do litoral do Nordeste do brasileiro, pelo clima quente, praias de águas mornas e beleza cênica, o estado de Sergipe se consolidou na pratica do turismo de sol e mar, ou seja, na região costeira das praias. Foram os elementos que compõem a paisagem litorânea que tradicionalmente outorgou a Aracaju (Figura 5) destino para o turismo de verão ou alta estação.

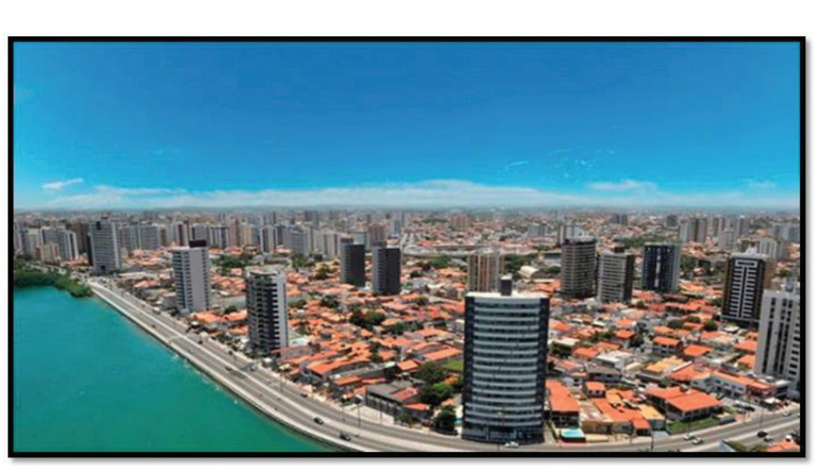


Figura 5. Vista Panorâmica de Aracaju
Fonte: Google Imagens

Como informa Pires (2002, p. 161) "essa dimensão visual da paisagem constitui o principal apelo de atratividade, com frequência desencadeado para compor juntamente com o aporte de meios e serviços a oferta de uma destinação turística". No entanto, o interior território sergipano possui manifestações culturais, festas singulares, belezas cênicas fluviais e ecossistemas que denotam particularidade à produção cultural e ambiental, sendo esses eventos e espaços, atrativos turísticos potenciais.

Segundo dados do inventário cultural de cada um dos oito territórios sergipanos (VARGAS; NEVES, 2009) e (SERGIPE, 2010), embora com pequena extensão territorial, o estado detém mais de três mil comemorações (desde festas de padroeira, encontros culturais a festejos dos ciclos festivos anuais). Nesse sentido é relevante pensar em que medida essas manifestações culturais locais devem se configurar como atrativo turístico, pois antes de servirem para o usufruto turístico, são elementos tradicionais, simbólicos e de pertencimento na comunidade onde elas se manifestam.

Ao longo do processo histórico da sociedade sergipana, em que pese à povoação da Capitânia de Sergipe até a transferência da capital da Província, o estado assimilou culturas do colonizador português vinculadas ao catolicismo português e os santos comemorados anualmente, como as manifestações culturais de outras etnias: a indígena com práticas da mata concentradas na ancestralidade e conhecimento oral, bem como os africanos e seus descendentes, tendo na religiosidade elementos da natureza com a mitologia dos Orixás. Segundo Perez (2012), a principal fonte da mestiçagem/hibridismo/sincretismo no Brasil é de fundo religioso com inspiração festiva e Sergipe não difere dessa premissa. No cenário sergipano, os espaços sagrados interagem com os profanos pelos elementos que compõem a festa como missa, lavagens, procissões, folguedos e encontros culturais. Sendo assim, o turismo se apropria de diversas festas culturais em Sergipe e as transforma em atrativos turísticos.

No início da colonização onde hoje se encontram demarcadas as terras do estado, Sergipe foi uma região para a criação de gado e, nesse contexto, as disputas pela terra dos índios tupinambás produziram algumas das maiores batalhas no estado. Dessa forma, "o desfecho da colonização de Sergipe significa a vitória dos grandes latifundiários baianos, especialmente os ligados à atividade pastoril" tendo a cidade construída para servir de entreposto entre os dois maiores núcleos urbano do Império Português no Brasil: Salvador e Olinda, bem como sede da Província (ARAGÃO, 2009). A historiadora Nunes (2007, p. 2) cita Freire mencionando que "antes do sergipano ser lavrador, foi pastor".

Entre 1590 a 1855, São Cristóvão foi sede governamental do estado, sendo transferida a sua capital no final do século XIX para Santo Antônio do Aracaju. Segundo consta, Aracaju foi se adequando à vida moderna que era exigida de uma capital de estado. Com uma nova posição geográfica, o povoado passa a ser o local da sede do governo de Inácio Barbosa e outros governadores *a posteriori*. Após a mudança da capital, com a entrada do século XX até os anos 30, Santo Antônio do Aracaju, uma vila de pescadores se urbanizou promovendo uma cidade planejada e moderna a partir do "Quadrado de Pirro" (PORTO, 1945). [4] Essa denominação se deveu,

> *[...] ao engenheiro Sebastião José Basílio Pirro que desenvolveu para a nova capital de Sergipe um plano urbanístico moderno em formato de tabuleiro de xadrez, o que diferencia Aracaju das cidades brasileiras de influência portuguesa (OLIVEIRA 2011, p. 1).*

A partir da década de 30 do século passado, a cidade de Aracaju se modernizou com construções nos estilos *art nuveau* e eclética, no centro da cidade e na avenida em frente ao rio Sergipe (Figuras 6 e 7).





Figura 6. Praça Fausto Cardoso em Aracaju. Autor: Ivan Rêgo Aragão
Figura 7. Museu da Gente Sergipana. Fonte: http://guiaviajarmelhor.com/

A capital sergipana fixou no calendário de eventos, as festas vinculadas aos ciclos comemorativos, santos e irmandades. Já na virada do milênio em Aracaju-Sergipe, a potencialidade das festas como atrativo turístico e valorização do destino, tem sido vista como elemento essencial para ampliar o leque das opções sobre o qual o turismo cultural se desenvolve. Perceber potenciais nichos de atração fora da estação do verão e férias escolares tem auxiliando na quebra da sazonalidade de destinos consolidados por um período especifico do ano. Nesse arcabouço que se vincula a novos paradigmas, Dias (2005, p. 124) sinaliza que,

> *O Turismo pode ser um estímulo importante para a preservação e conservação da herança cultural de uma localidade, região ou país, pois se justifica como necessário para manter um atrativo turístico que gerará receitas para a comunidade como um todo e para a própria manutenção do patrimônio cultural.*

4 A construção da cidade de Aracaju foi planejada pelo engenheiro Sebastião Basílio Pirro, por este motivo ficou conhecido o centro de Aracaju como o "Quadrado de Pirro".

É primordial um planejamento da atividade turística tendo em vista o processo histórico do estado e da capital como mostram os tópicos abaixo, pois relembrando os fatos relacionados à história aracajuana, bem como de Sergipe, não se despreza fatores vinculados à identidade, a memória e ao pertencimento cultural. Deve-se ter em conta que assim como o turismo aumenta a renda e o emprego, pode ampliar as desigualdades econômicas nas comunidades receptoras se não for enaltecidos ou postos em evidência a cultura, tradição e costume local.

- 1602 – Local onde hoje é Aracaju, foi terra de sesmaria doada a Pedro Gonçalves;
- 1699 – Surgimento da vila de pescadores Santo Antonio do Aracaju;
- 1820 – Emancipação política de Sergipe da Bahia;
- 1855 – Transferência da capital de São Cristóvão para o povoado Santo Antônio do Aracaju;
- 1855 a 1905 – Início da construção do Quadrado de Pirro;
- 1884 – Inauguração da primeira fabrica de tecidos, marcando o inicio do desenvolvimento industrial;
- 1912 – Criação do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe;
- Anos 30 do século XX – Modernização da cidade com Construções nos estilos *art nuveau* e eclética no centro da cidade;
- 1958 – Inauguração do edifício Atalaia;
- 1962 – Inauguração do Hotel Palace de Aracaju;
- 1967 - Tombamento do centro histórico de São Cristóvão pelo IPHAN;
- 1971 – Criação da Empresa Sergipana de Turismo (EMSETUR);
- 1972 – Inicio do Encontro Cultural de Laranjeiras;
- 1972 a 2005 – Período do Festival de Arte de São Cristóvão (FASC);
- 1992 a 2013 – Período do Pré-caju; [5]
- 1992 – O governo decreta a mangabeira como arvore estadual;
- 1996 – Tombamento do centro histórico de Laranjeiras pelo IPHAN.
- 2001 – Inicio do Forrócajú; [6]
- 2003 – Criação da rota Aracaju-Xingó;
- 2006 – Construção da ponte Aracaju - Barra dos Coqueiros;
- 2008 – Registro como da Renda Irlandesa de Divina Pastora como patrimônio imaterial nacional;
- 2010 – A UNESCO concede a Praça São Francisco o título de Patrimônio Cultural da Humanidade;
- 2011 – As embarcações tradicionais denominadas “tototós” são decretadas patrimônio cultural sergipano.

Turismo, história, cultura e sociedade apontam para fatores que definem a identidade sergipana ou sergipanidade. [7] Pois como informa Burity (2002), esse interesse pela identidade, diz respeito à percepção dos atores de que seu lugar no mundo passa por investimentos simbólicos pelos quais eles se afirmam e negociam com outros sua forma de inserção na sociedade.

Estas quatro categorias anteriormente mencionadas, apontam para elementos que devem ser trabalhados como atrativos em Aracaju. No entanto, deve-se ter cautela e sensibilidade para não transformar os lugares e seus atrativos apenas pela ótica do desenvolvimento econômico. É fundamental na atualidade, refletir como a atividade turística deve ser fomentadora dos elementos ligados à sustentabilidade (natural, cultural e humana). Um turismo que valorize os diversos ecossistemas ambientais, festas e manifestações culturais, sem impor a lógica do capitalismo e do desenvolvimento social na base de uma economia destrutiva, mas numa economia criativa.

Para Cárdenas (2003), a que se ter em conta que essa necessidade de mercantilizar os lugares não deve ultrapassar a fronteira que divide uma oferta turística da teatralização e conversão da população em um grande parque temático. Dessa forma, Aracaju no estado de Sergipe do Brasil, tem buscado a valorização do seu meio ambiente, manifestações culturais inseridas nos calendários festivos e divulgadas pela mídia como forma de atrair o visitante.

Considerações Finais

A proposta de vincular turismo, história, cultura e sociedade formando uma base em prol da valorização dos destinos, auxilia não só no resgate e manutenção de produções singulares da sociedade na qual estás quatro

5 Carnaval fora de época.
6 Uma das festas do ciclo junino na capital.

7 Segundo Barreto (2013, p. 13), o termo sergipanidade significa “os traços típicos, a manifestação que distingue a identidade dos sergipanos, tornando-os diferentes dos demais brasileiros, embora preservando as raízes da história comum”.

categorias estão inseridas, como valoriza as atrações nos locais e a hospitalidade.

Embora definidos como destino cultural (Cidade de Guanajuato) e sol e mar (Aracaju), as potencialidades dos citados locais vão além do que foi definido pelo mercado turístico. Aspectos de ambas as culturas, tais como, culinária, folguedos, ritmo, danças e festas, além dos cenários naturais dos seus ecossistemas proporcionam as diferenças calcadas nas identidades em ambos os destinos. Ao final das reflexões, verificaram-se distanciamentos e proximidades nas duas cidades, destinos turísticos na América Latina.

Considera-se a atividade turística complexa pela própria realidade dos espaços que são dinâmicos. Ambos os destinos, adotaram práticas sócio-culturais, políticas e identitárias como ativos de turismo, para preservar sua história e certificam-se de uma prática social em que pesa a mobilidade dos seres humanos.

Práticas que se vinculam aos indivíduos inseridos nos ambientes (culturais ou naturais) tornam-se mais do que um bem social, são também recursos do turismo para trazer boas experiências aos visitantes. Experiências que devem ser interculturais, contanto que, a comunidade flutuante, permita o diálogo e a compreensão das culturas visitadas.

O turismo tem sido percebido como um fenômeno de inter-relações, ou seja, configura-se, principalmente, por práticas de diversão para o lazer e recreação. Especificamente na América Latina, aproximam-se os lugares pós-coloniais como nichos de atração turística, onde se verifica a busca da identidade na diversidade cultural. Entendemos que a atividade turística não deve ser abstraída para uma unidade, mas construída a partir de sua diversidade, respeitando os fatos históricos locais, a exemplo de Aracaju no estado brasileiro de Sergipe e a cidade de Guanajuato em Guanajuato no México.

Bibliografia

ALFONSO, María José Pastor. El patrimonio cultural como opción turística. In: *Revista Horizontes Antropológicos.* Porto Alegre, ano 9, n. 20, 2003, p. 97-115.

ARAGÃO, Ivan Rêgo. *Cultura, identidade e memória*: uma análise da relação do turismo com o patrimônio arquitetônico na cidade histórica de São Cristóvão. Monografia (Bacharelado em Turismo), Faculdade de Sergipe, Aracaju: 2007.

AUGÉ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade.* Maceió: EDUFAL, UNESP, 2010.

BARRETO, Luiz A. Sergipanidade um conceito em construção. In: *Cumbuca*, ano I, n. 2, 2013. p. 12-13.

BARRETTO, Margarita. *Cultura e turismo: discussões contemporâneas.* Campinas: Papirus, 2007a.

BARRETTO, Margarita. *Turismo y cultura:* relaciones, contradicciones y expectativas. El Sauzal, Tenerife: ACA y PASOS, RTPC, 2007b.

BENI, Mário Carlos. *Globalização no turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.* São Paulo: Aleph, 2003.

BRASIL. *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural.* UNESCO, 2009.

BURITY, Joanildo A. *Cultura e Identidade: perspectivas interdisciplinares.* Rio de Janeiro: DP& A, 2002.

CÁRDENAS, Rogelio Martínez. Turismo religioso en los Altos de Jalisco (México). Un estudio de caso. In: CÁRDENAS, R. M. (Org.). **Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso.** Disponível em: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1281/index.htm>. Acesso em: 25 de março de 2013.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede; a era da informação: economia, sociedade e cultura.* v. 1, 3.ed. São Paulo, Paz e Terra, 2003.

DEL MORAL, A. *Hacia un diálogo entre encuentros: pistas para una hermenéutica analógica de la interculturalidad*. México, Universidad de Guanajuato: Pliego Filosofía, 2013.

DIAS, R. *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Atlas, 2000.

DIAS, R. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas, 2005.

GRABURN, N. Antropologia ou antropologias do turismo? In: GRABURN, N. (Org.) *Turismo e antropologia: novas abordagens.* Campinas: Papirus, 2009. pp. 13-52.

MOTA, Joemia. *Um projeto modernizador e urbanístico*, 2012. Disponível em: <http://joemiamota.blogspot.com.br/search?q=O+plano+urban%C3%ADstico+de+Aracaju+desafiou+a+capacidade+da+engenharia+da+%C3%A9poca>. Acesso em: 11 de setembro de 2014.

NUNES, M. T. A cidade de São Cristóvão na formação da história sergipana: da Colônia a nossos dias. In: *Proposição de inscrição da Praça São Francisco em São Cristóvão/SE na lista do patrimônio mundial.* Aracaju: Secretaria do Estado da Infra-Estrutura, IPHAN, Prefeitura Municipal de São Cristóvão, 2007. CD-ROM.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura.* São Paulo: Brasiliense, 2003.

PEREZ, Léa F. *Festa, religião e cidade: corpo e alma do Brasil.* Porto Alegre: Medianiz, 2012.

PIRES, Paulo dos Santos. Paisagem litorânea de Santa Catarina como recurso turístico. In: YÁZIGI, E; CARLOS, A. F. A; CRUZ, R. de C. A. *Turismo: espaço, paisagem e cultura.* 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

PORTO, Fernando. *A cidade do Aracaju (1855-1865) – ensaio da evolução urbana.* Vol. II, Aracaju: Coleção Estudos Sergipanos, 1945.

RICHARDS, Greg. Turismo cultural: padrões e implicações. In: CAMARGO Patrícia de; CRUZ, Gustavo da. *Turismo cultural: estratégias, sustentabilidade e tendências.* Ilhéus: Editus, 2009. p. 25-48.

SANTANA, Agustín. *Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Descolonización Epistemología del Sur.* Conferencia en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2013. Disponible en: <http://www.unes.edu.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=7678:boaventura-de-sousa-santos-presento-su-ponencia-descolonizacion-epistemologica-del-sur&catid=65:encabezas>. Acceso en: 15.05.2014.

SERGIPE. *Sergipe: cultura e diversidade.* Aracaju: Solisluna, 2010.

VALENCIA, Guadalupe. *Sociedad, Economía, Política y Cultura.* Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. Guanajuato: Universidad Nacional Autónoma de México, 1988.

VARGAS, Mª. Augusta M; NEVES, P. S. de C. *Inventário Cultural de cada um dos oito territórios de Sergipe e elaboração de um atlas de cultura sergipana.* Relatório. Aracaju: SEPLAN, 2009.

VIDAURRI, J. E. *Escorzo de la actividad turística en Guanajuato 1890-2010.* Hacia una caracterización del turismo en la región. Colmena: Universitaria Universidad de Guanajuato (en prensa), 2013.

Notas Biográficas

Ivan Rêgo Aragão

Coordenador do Curso EaD Medio-Tec em Guia de Turismo no Instituto Federal de Sergipe; foi docente dos cursos de Turismo e Hospedagem no IFS, campus Aracaju. Pesquisador da cultura, turismo e meio ambiente pela Rosa dos Ventos Consultoria e Pesquisa. Mestre em Cultura e Turismo / Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Possui estudos vinculados a temas sobre turismo, cultura, identidade, patrimônio cultural (material e imaterial), educação a distancia e ambiental, festa religiosa e turismo, memória, metodologia da pesquisa, planejamento e estudos socioantropológicos do turismo.

Celesta Nava Jimenez

Doutora em Estudos de Turismo; Professora e pesquisadora (Universidade De La Salle Bajío México Escola de Turismo). Os principais temas de pesquisa da autora são o turismo nas ciências sociais e as questões teórico-metodológicas do turismo. Atualmente investiga a cidade de León Guanajuato e a geração de produtos turísticos socialmente responsáveis, bem como a explicação da dinâmica relacional entre os atores turísticos em termos de gestão de espaços de lazer e recreação.


INSTITUTO
DE HISTÓRIA
CONTEMPORÂNEA


NOVAFCSH
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA


FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR


CASCAIS