



thij

**T**OURISM and **H**OSPITALITY  
**I**NTERNATIONAL **J**OURNAL

## Traços de viagem: A institucionalização do turismo na primeira metade do século XX

41

**Maria João Castro**

Instituto de História da Arte da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa

Castro, M. J. (2014). Traços de viagem: A institucionalização do turismo na primeira metade do século XX. *Tourism and Hospitality International Journal*, 3(2), 41-.

A opção de escrita pelo acordo ortográfico é da responsabilidade dos autores.

## Resumo

A história da viagem em Portugal não começa com a institucionalização do turismo mas este aspecto constitui um dos seus traços mais singulares. A progressiva ascendência de uma política que promovesse o país enquanto destino turístico inscreveu-se dentro da criação das primeiras instituições da cultura e da sociedade portuguesa. A Sociedade de Propaganda de Portugal (1906), depois a Repartição de Turismo e o seu Conselho de Turismo (1911), a Sociedade de Propaganda Nacional (1939) e por fim o Secretariado Nacional Informação (1944), foram as instituições que tutelaram o turismo durante os primeiros cinquenta anos do século XX português, estruturando uma imagem do país enquanto destino turístico que viria a dar os seus frutos na segunda metade de Novecentos. Paralelamente, a publicação de revistas da especialidade e a participação nas exposições internacionais não só promoveria Portugal na geografia euro-americana como desenharia o novo cartão-postal do turismo da nação que “deu mundos ao mundo”.

**Palavras-Chave:** Turismo, Viagem, Arte, Estado Novo, Século XX

Hoje, neste século de velocidade, é fácil viajar. O que é raro é saber viajar. Auxiliar esse desideratum, proporcionar ao viadante que percorre Portugal uma maior parcela de encanto, orientá-lo e despertar-lhe o interesse pelo desconhecido, eis um dos fins a que nos propomos. In *Viagem. Revista de Turismo, Divulgação e Turismo*, Julho 1938

A partir da segunda metade do século XIX, o gosto por viajar popularizou-se mercê das transformações trazidas pela Revolução Industrial que permitiram o direito ao repouso, ao lazer e às férias. Para que tal cenário se efectivasse foram criadas condições que possibilitaram o acesso às viagens, fazendo despontar o turismo como actividade económica.

Em Portugal, a institucionalização do turismo começou em 1906 quando foi fundada a Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP), também designada por Touring Club de Portugal, por iniciativa de Leonildo Mendonça e Costa, fazendo com que, pela primeira vez, se chamasse a atenção para um sector até aí sem expressividade na sociedade lusitana.

Dos seus objectivos fazia parte a promoção e publicação de itinerários, guias e cartas roteiros de Portugal que seriam traduzidos em várias línguas, bem como a delineação de reformas e melhoramentos das poucas estruturas turístico-hoteleiras existentes, a aprovação de um regulamento para a criação de delegações em diversas localidades e que pretendia organizar e divulgar o inventário de monumentos,

riquezas turísticas e lugares pitorescos de cada região.

É igualmente fruto da insistência da SPP que são concedidas facilidades ao investimento de modo a que seja renovado o parque hoteleiro, condição indispensável para a atracção de turistas não só portugueses como estrangeiros.

No que se refere a estes últimos, interessa referir que foi por influência da SPP que se definiu um conjunto de medidas que permitiram mostrar, pela primeira vez, Portugal como destino turístico internacional, fomentando-se a visita de jornalistas e escritores estrangeiros, o que fez com que comesçassem a ser publicados artigos sobre Portugal na imprensa europeia e americana. É disso exemplo os volumes *The climate of Portugal and notes on its health resorts* assinado por D. G. Dalgado e o guia *Progressive Portugal* de Hethel Hargrove, ambos saídos em Londres, ou o *Guide Joanne* dedicado a *Espagne et Portugal* e publicado sob a chancela da Hachette de Paris.

Ainda a nível externo, a SPP fez com que a Companhia de Orleans aumentasse o número das imagens portuguesas que expunha nas suas carruagens e na estação do Quai d'Orsay, o que constituiu a primeira campanha de promoção de Portugal junto do mercado francês. Para além disso, a Sociedade conseguiu tornar a frequência do *Sud-Express* diária o que em muito ajudou ao aumento dos passageiros que se dispunham a visitar-nos.

Quanto a material publicado a SPP fez sair, logo em 1907, o primeiro folheto ilustrado, chamado *Portugal*,

impresso pela Administração dos Caminhos de Ferro do Estado e pela Companhia Real, tendo tido tiragens em francês, inglês e alemão. Data ainda desse mesmo ano a edição do *Manual do Viajante em Portugal*, um guia que conheceu sucessivas reedições e que apresentava itinerários de viagens pelo país, além de informar sobre as deslocações a vários destinos de Espanha, contemplando ainda a inclusão de plantas e mapas a cores. Sucedeu-se ainda *Portugal. Clima, Paisagens, Estações Thermaes, etc*, um longo texto recheado de pormenores turísticos e históricos que enaltecia o território nacional.

Numa acção concertada, a SPP fez com que várias agências de viagens expusessem nos seus escaparates vistas de Portugal, organizou o primeiro concurso entre hotéis nacionais premiando os mais asseados e propondo as primeiras “Placas de Recomendação”, custeou a realização de fotografias dos sítios mais emblemáticos do país bem como a afixação de cartazes alusivos às belezas das terras portuguesas em cidades como Londres, onde possuía um correspondente.

Nos anos seguintes, as edições de carácter turístico multiplicar-se-iam mostrando a vontade de promover o excursionismo e o turismo, assistindo-se conjuntamente ao alargamento do âmbito da divulgação turística nacional e integrando imagens dos pontos pitorescos de Portugal em artigos utilitários, como foi o caso das que foram reproduzidas em caixas da Companhia dos Fósforos.

Em termos legislativos, fez com que se promulgassem directivas para a criação de infra-estruturas turísticas, como foi o caso da Lei do Hotéis, o que fez com que surgissem grandes projectos hoteleiros: Sidónio Pais inauguraria em Faro o primeiro hotel enquanto o Estoril encomendava o *Grand Hotel* a Gaston Landeck. Com a proclamação da República, em 1910, a presidência da SPP passa de Fernando de Souza (e do seu secretário, Mendonça e Costa) para Magalhães Lima.

Desde antes da implantação da República que a SPP advogara junto do Governo, da necessidade de criação de uma repartição oficial de turismo, a exemplo das que a Áustria e a França acabavam de estabelecer mas à falta de um organismo nesses moldes em solo nacional, seria a SPP que representaria o país no II Congresso Internacional de Turismo de San Sebastian, de 1909. No ano seguinte, a SPP estaria presente no III Congresso Internacional de Turismo, evento que foi promovido por diligência conjunta da Federação dos Sindicatos de Iniciativa de Propaganda Franco-Espanhola-Portuguesa e que contemplou nas principais secções os transportes, as alfândegas, os portos, os sindicatos de iniciativa, a publicidade, a protecção das paisagens e das localidades e os hotéis. Foi neste congresso que se decidiu que o congresso do ano seguinte realizar-se-ia em Lisboa, ficando a SPP encarregue da sua organização. Na sequência desta decisão a SPP pediu apoio junto do Ministério do Fomento que já tinha intenções de criar uma estrutura governamental ligada ao turismo. É

assim que em 1911, a quando da realização em Portugal da IV edição do Congresso Internacional de Turismo se criou por decreto de 16 de Maio de 1911, a Repartição de Turismo e o Conselho de Turismo, adstritos à Secretaria Geral do Ministério do Fomento, e que transitaram em 1919, para a tutela do Ministério do Comércio e Comunicações. Gradualmente a repartição de Turismo foi absorvendo algumas das tarefas que a SPP se havia proposto realizar, fazendo com que a acção da Sociedade se fosse desvanecendo numa desmobilização crescente.

Em 1917, o milagre da Cova da Iria traria para as primeiras páginas dos jornais de todo o mundo Fátima, tornando a localidade num dos pólos mais importantes de turismo religioso do mundo. Também de 1917 data a criação em Paris do *Bureau de Renseignements*, dependências que constituiriam o embrião das futuras Casas de Portugal promovidas durante o Estado Novo. A par disso, nomearam-se correspondentes em cidades estrangeiras que tinham como missão promover conferências, distribuir informações sobre o país e organizar exposições.

Esta actividade levada a cabo em várias frentes concertadas entre si fez com que Portugal começasse a ser conhecido além-fronteiras e, conseqüentemente, a ser visitado por um número crescente de excursionistas ainda que o movimento fosse interrompido com o deflagrar da I Guerra Mundial, tendo sido retomado depois de 1918.

Contudo, entre o início da República (1910) e a instauração da ditadura militar

(1926) a instabilidade social foi uma constante, mercê do agravamento da situação política do país, uma vez que os governos se sucediam a ritmo vertiginoso o que fez com que a situação económica se deteriorasse, afastando muitos dos potenciais visitantes.

Em 1920, a reorganização dos serviços do Ministério do Comércio e Comunicações levou à criação de uma Administração Geral das Estradas e Turismo na dependência da Secretaria-Geral desse Ministério. Esta Administração Geral das Estradas e Turismo era constituída por uma Repartição de Turismo que integrava o Fundo de Turismo e pelas Comissões de Turismo e de Iniciativas, de âmbito local e tendo sido extinto o Conselho de Turismo. Em 1927, já com Oliveira Salazar à frente da pasta das finanças, o desenvolvimento do turismo passou para a competência do Ministério do Interior, graças ao receio por parte do Estado das “más influências” vindas do exterior e ao desejo de um maior controlo institucional.

Em 1928, a Repartição de Turismo transformou-se na Repartição de Jogos e Turismo, tendo-lhe sido dada amplos poderes que passaram pela regulamentação do jogo, passando a existir duas zonas permanentes na Madeira e no Estoril e algumas temporárias em Viana do Castelo, Espinho, Curia, Praia da Rocha, Figueira da Foz e Sintra. Foi igualmente regulamentado o licenciamento sanitário de estabelecimentos hoteleiros, estabelecendo-se regras de higiene e protecção alimentar na restauração.

Em 1929 foi criado o Conselho Nacional de Turismo, passando a ter funções no campo da propaganda turística externa e, no ano seguinte, em 1930, foi criada a Comissão da Propaganda do Turismo de Portugal no Estrangeiro, com a incumbência de propor ao governo a execução dos serviços de turismo no estrangeiro.

Em 1931, os *Bureaux de Reseignements* dão lugar às Casas de Portugal, em Madrid, Paris, Londres, Antuérpia, Rio de Janeiro e Nova Iorque e que passaram a agrupar a propaganda comercial e do turismo nos respectivos países onde se implantaram.

Paralelamente, um conjunto de publicações foi pondo em evidência as qualidades do país. A *Revista de Turismo* (publicada entre 1916 e 1924 sob a direcção Agostinho Lourenço) foi a primeira inteiramente dedicada ao sector e na continuidade dos múltiplos artigos que a *Gazeta dos Caminhos Ferro* fazia desde o século XIX. Ela marcaria a tendência de divisão de temáticas e especialização tendo sido pioneira no género e vendendo-se não só em Portugal como também em Espanha.

Em 1928 publica-se a *Turismo: revista de propaganda de Portugal* (dirigida e editada por Alfredo Cândido) e em 1936, a *Turismo: revista de hotéis, viagens e actualidades* (tendo como director António Pardal), exemplos de publicações inteiramente dedicadas à temática turística. Porém, surgiram outras revistas não “especializadas” na promoção turística mas que vocacionaram muitos dos seus textos para a divulgação de Portugal: foi o caso da *Ilustração Portuguesa* (iniciada em

1903 e propriedade de J. J. da Silva Graça, que foi também seu director), a revista *Águia* (publicada a partir de 1910, sob a orientação de Teixeira de Pascoaes) e que logo manifestou nas suas primeiras páginas o desejo de fazer renascer Portugal, salientando nos seus textos a beleza do país rural e defendendo a paisagem e a natureza. Também a revista *Seara Nova* (divulgada a partir de 1921, pela mão de António Sérgio e Raúl Proença), viria a colocar o seu foco na acção pedagógica e doutrinária, contemplando uma preocupação em fazer redescobrir Portugal. Igualmente a *Presença* (impressa a partir de 1927, por João Gaspar Simões e Branquinho da Fonseca), publicou artigos que apelavam à exploração de alguns dos mais recônditos lugares de Portugal. Todavia há que ressaltar que a genealogia das publicações periódicas que davam a conhecer o país surgira já no século anterior, com a *Occidente: revista ilustrada de Portugal e do estrangeiro* (1839) e com *O Século Ilustrado* (1880) que, apesar do âmbito mais genérico, não deixaram de incluir artigos que mostravam as belezas turísticas de Portugal.

Num crescendo discreto, foram-se promovendo exposições de arte moderna que contaram com a colaboração de alguns artistas que começavam a sair para o estrangeiro mercê das bolsas de estudo ganhas. Estas viagens permitiram-lhes viver outras geografias que depois reproduziram nos seus quadros, possibilitando ao público nacional apreciar os novos destinos experienciados a partir das telas contempladas, como foi o caso de

Henrique Pousão, Jorge Barradas e António Soares.

Nos anos 30 acentuou-se o desinteresse pelas estâncias termais, fenómeno já sensível desde a década anterior e em contrapartida as praias ganharam o seu lugar ao sol. Nos arredores da capital, o Estoril torna-se na coqueluche das estâncias portuguesas; no centro do país, a Figueira da Foz impõem-se como centro de vilegiatura; a norte, Espinho e a Póvoa do Varzim tornavam-se pólos incontestáveis de atracção turística.

Directamente ligado à promoção de Portugal, o incremento dos congressos apontaram saídas para um ressurgimento económico, colocando esperanças no sector turístico e foi nesse âmbito que se destacaram numerosos eventos, nomeadamente:

- I Congresso da Indústria Portuguesa, em 1933
- VIII Congresso Internacional de Organismos Oficiais de Turismo, em 1933
- I Congresso da UIOOP (União Internacional de Organismos Oficiais de Propaganda Turística), em Lisboa em 1933
- I Congresso da União Nacional, em 1934
- I Congresso de Intercâmbio Cultural com as Colónias, em 1934
- I Congresso Nacional de Turismo, na Sociedade de Geografia de Lisboa, em 1936 que difundiu a ideia de desenvolvimento e aperfeiçoamento da indústria do turismo, propondo medidas institucionais e orgânicas de carácter centralizador e

desburocratizante, que se traduziram em directivas que permitiram a criação de postos de informações e nas gares fronteiriças e a projecção de hotéis, em condições higiénicas e económicas; a promoção das mais largas facilidades aos turistas nacionais e estrangeiros; a fiscalização dos serviços das agências de viagens, reclames turísticos, postais, filmes, para o que conviria que nele houvesse uma comissão técnica de publicidade turística.

Os resquícios do I Congresso Nacional de Turismo prolongar-se-iam num concurso nacional de fotografia organizado pelo jornal *O Século*, e numa exposição fotográfica. As fotos premiadas seriam exibidas no *Catálogo da Exposição Nacional* com o título *Uma viagem através de Portugal*, publicado pelo jornal a 23 de Abril de 1936, e descrito como “um verdadeiro dicionário geográfico das belezas picturais e da riqueza monumental histórica e artística das várias regiões do País”.

- I Congresso de História e Expansão Portuguesa no Mundo, em 1937
- O Congresso Mundo Português integrado nas Comemorações do Duplo Centenário, em 1940

Do foro regional, destacou-se o Congresso Regional da Beira, em Viseu em 1921, e do Congresso Minhoto, em Viana do Castelo, em 1929. Idênticas iniciativas tiveram lugar um pouco por todo o país ao longo do decénio de 1920 o que fez com que se estruturassem normas no que concerne à política turística regional. Por outro lado, alguns locais começavam a sobressair como



destinos turísticos da moda; visitavam-se os monumentos da Batalha, Alcobaça e de Sintra cuidava-se da saúde nas termas de Vidago e do Luso, descansava-se no Buçaco, dançava-se na Curia, transformando gradualmente urbes tranquilas em polos turísticos de grande actividade lúdica.

Ainda na década de 1930 assiste-se à criação do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), por decreto-lei n.º 25 034 de 25 de Setembro de 1933, a instituição que haveria de tutelar o sector turístico. Sob a direcção de António Ferro, o Secretariado tinha como objectivo integrar os portugueses no pensamento moral que devia orientar a nação, tendo a sua estruturação sido feita a partir de duas frentes de trabalho bem distintas: uma interna orientada para a criação de infra-estruturas que se tornassem numa montra do novo regime; outra externa, que promovia a imagem de um país renovado que pretendia tornar-se no novo destino turístico da Europa. É claro que estas duas missões fizeram do SPN um órgão extremamente politizado e daí que se tenha apostado fortemente no turismo nacional como instrumento valioso de equilíbrio financeiro e projecção externa.

Já em 1932, no *Diário de Notícias* de 7 de Maio, António Ferro dizia ser possível um turista visitar-nos por oito dias e regressar ao seu país com as melhores impressões, pois Portugal dispunha já de estruturas, ainda que insuficientes. Aliás convém abrir um parêntesis para indagar sobre alguns conceitos saídos do Portugal do início da ditadura, uma vez que eles constituem as linhas mestres a partir das quais é

possível traçar uma genealogia do Estado Novo no que concerne ao turismo. Logo em 1928 Salazar ter-se-á pronunciado sobre as vantagens da indústria, quando, a propósito das peregrinações religiosas a Fátima, afirmou que “Deus sabe da necessidade que temos de desenvolver o nosso incipiente turismo” (Trabulo, 2008). Das *entrevistas* dadas a António Ferro, Salazar referiu que o turismo “era um problema a estudar cuidadosamente. Mas havia que fazer uma experiência, fazer um estudo, para lhe colher os resultados e para fazer as directrizes dum plano mais vasto” (Ferro, 1933). Em 1933, podia ler-se na primeira página do *Diário de Lisboa*, um texto assinado por Irene Vasconcelos que resumia as preocupações e prioridades governamentais:

“[O turismo] não é um fenómeno moderno. (...) Parece que foi Petrarca quem primeiro se decidiu a viajar, a subir a montanha sem intuítos religiosos ou utilitários. Apenas para descansar e contemplar a Natureza. Alguns seculos mais tarde, Jean Jacques Rousseau (...) descobre o prazer da viagem e os benefícios do ar da montanha sobre os espiritos fatigados e doentes. Pode dizer-se que ele foi o precursor do turismo moderno, deste turismo que tem por fim o divertimento, a cura de repouso e o desejo de descobrir novas terras e novas civilizações. E se o espírito religioso que conduzia os turistas de tempos idos fazia esquecer as necessidades de conforto e de elegancia, já o mesmo não sucede nos nossos dias, até pelas próprias condições da vida moderna. (...) Mas a economia não exclui a limpeza, o conforto, a elegância. E exigem-se divertimentos,

distrações, musica, alegria” In Diário de Lisboa, 4.1.1933, p. 1

Um par de anos depois lia-se no mesmo diário:

“O estrangeiro acostumou-se mais a ver-nos de perto e visita-nos com frequência, quer isoladamente, quer em excursões. Quando parte leva sempre do nosso País uma impressão agradável, que nos consola. Para embelezar a nossa paisagem e dar comodidade à sua apresentação, tem-se ultimamente feito entre nós obras de vulto que valorizam extraordinariamente as nossas possibilidades turísticas. Cidades, praias, montanhas esforçam-se por apresentar aos estrangeiros que nos visitam o máximo conforto para o seu deambular de perscrutor de emoções novas” In Diário de Notícias, 27.5.1936, p. 2

A própria Constituição Portuguesa de 1933 faria uma alusão ao vínculo existente entre o regime e o turismo, quando, no seu artigo 52.º, o texto referia a primazia atribuída ao património nacional, ao declarar que “estão sob a protecção do Estado os monumentos artísticos, históricos e naturais, e os objetos artísticos oficialmente reconhecidos como tais”.

Na verdade, a dinâmica legislativa para o turismo foi enquadrada dentro de uma política mais vasta de desenvolvimento de obras públicas e que contemplou o melhoramento das vias de comunicação e da rede de transportes, o saneamento básico e as comunicações, a reestruturação das unidades hoteleiras existentes e a projecção de novas segundo preceitos pré-estabelecidos, a par de campanhas de propaganda turística feitas a partir da publicação de brochuras,

cartazes e mapas, bem como da encomenda de filmes promocionais, e da participação em eventos e certames internacionais que dessem a conhecer o país sob os auspícios do governo do Estado Novo. Esta acção multifacetada de propaganda turística inserida no SPN foi assumida dentro de uma “Política do Espírito”, que procurava mostrar um país rural povoado por gentes de valor, que praticaram feitos memoráveis no passado, metrópole de um império grandioso, possuidora de uma cultura própria e independente, e pronta a ser mostrada ao mundo.

Paralelamente, o Touring de Portugal integrou o Touring Club, uma rede internacional de apoio e prestação de serviços a veículos motores e ao turismo difundido em vários países e que estruturou até uma secção – Clube dos Cem À Hora – dirigido ao automobilismo que realizava para a Emissora Nacional, uma palestra diária de propaganda turística.

Contudo, o gradual alheamento do Ministério do Interior pelos assuntos do turismo que estatutariamente lhe competia, fez com que António Ferro aproveitasse o descontentamento geral do sector para organizar a transferência do Conselho Nacional de Turismo para o Secretariado de Propaganda Nacional. A partir de agora, estavam criadas as condições institucionais para que o desenvolvimento do turismo nacional fosse uma realidade à escala nacional, avançando-se em várias frentes, nomeadamente:

- A campanha de reaportuguesamento do país, sob a qual se empreendeu um leque de

iniciativas de pendor ruralista que se propunham recuperar e manter vivas as tradições nacionais e de entre as quais se destaca o concurso da aldeia mais portuguesa de Portugal, a criação de grupos de folclore e a criação do Museu de Arte Popular.

- A reedificação do património arquitectónico e a criação das Pousadas Regionais, inscritas no “Plano de Realizações do Duplo Centenário de 1940”, subscrito pelo Ministério das Obras Públicas de Duarte Pacheco e que foram consideradas verdadeiras cartas-postais das diversas regiões do país.
- Fundação de uma revista, a *Panorama - Revista Portuguesa de Arte e Turismo* (1941) onde se divulgaria a imagem turística oficial e onde se fazem coexistir numa mesma publicação as ideias de valorização folclorista do turismo em conjunto com referências às artes apoiadas pelo regime. No âmbito das publicações de carácter promocional há a referir igualmente a *Revista Atlântico* (1941), um magazine de cultura, literatura e arte onde se inseriam artigos sobre as belezas do país virado ao Atlântico.
- A publicação de brochuras, cartazes, mapas e livros que actualizassem o novo Portugal de Salazar e de que são exemplos os livros *Images Portugaises* (SPN, 1939), *Paisagem e Monumentos de Portugal* (Luiz R. Santos e Carlos Queiroz, SPN, 1940).

- Fundação da FNAT (Decreto n.º 30251 de 30 Dezembro 1939 e Decreto n.º 30289, de 3 de Fevereiro de 1940) que definiria uma política de turismo social que incluía a organização de colónias de férias e a promoção de passeios e excursões a locais de interesse histórico.
- A criação de um programa semanal na Emissora Nacional, elaborado pelos Serviços de Turismo com a designação “Conheça a sua Terra”, e que publicitava as belezas naturais, os monumentos, a etnografia e o folclore do país e ainda promovia excursões na região de Lisboa e arredores.

O objectivo de todas estas iniciativas era o de preparar e valorizar turisticamente o país, mas há que não esquecer que o contexto internacional balançava num universo impreciso e delicado.

Os efeitos da política imperialista japonesa, a Itália fascista e o início da Alemanha nazi, radicalizaram posições na Europa às quais se veio juntar, em 1936, a Guerra Civil espanhola que isolou Portugal do resto da Europa. Por outro lado, o início da II Guerra Mundial – e apesar da neutralidade nacional – influenciou parte das iniciativas do SPN.

Estes condicionalismos verificaram-se não só ao nível de falta de visitantes (numa altura em que o turismo era um luxo que a guerra limitava), mas igualmente a nível de racionamento de alimentos e escassez de combustível para os transportes.

Paralelamente, o conflito europeu obrigou a que numerosos refugiados e

exilados fugissem da Europa beligerante para Lisboa, o cais da Europa para o Novo Mundo. Se é verdade que Portugal recebera refugiados desde 1933, não é menos exacto que só depois do conflito mundial começar, em 1939, foi visível a instalação, na capital portuguesa e nos arredores, de uma população estrangeira que reformaria os hábitos nacionais.

Aos numerosos emigrantes, refugiados e exilados em trânsito para a América, juntaram-se espiões, agentes “oficiosos” vindos da Alemanha nazi, ingleses e americanos, todos com alguma missão a cumprir e que introduziram novas práticas que cedo foram assimiladas e repetidas, quer num primeiro tempo pela população lisboeta, quer depois pela extensão aos arredores onde muitas das famílias se instalariam, aguardando a partida para o exílio. Sobretudo a partir de Junho de 1940, e conforme os alemães se instalavam em Paris, Lisboa acendia as luzes da Grande Exposição do Mundo Português, inaugurando o evento com a pompa e circunstância que a sua neutralidade permitia.

O pacato país do extremo da Europa assistia, curioso, à vinda de estrangeiros que, surpresos com a reluzente metrópole, não paravam de chegar às suas gares ferroviárias, marítimas e aéreas. À estação do Rossio chegariam a maior parte dos estrangeiros a caminho dos hotéis que podiam pagar. Hotéis como o Aviz tornavam-se o poiso predilecto da aristocracia europeia que se dividia entre a capital e o Estoril, porquanto a abertura da estrada marginal modernizara e aproximara a estância de veraneio de Lisboa. Por seu turno, o porto fluvial assistia a um movimento

extraordinário, enchendo-se de navios de passageiros e mercadorias: os paquetes da Companhia Nacional de Navegação ancoravam lado a lado com os chegados das colónias ultramarinas que traziam colonos para assistir às comemorações do Duplo Centenário.

A par dos navios fundeavam outros de nacionalidades díspares que afluíam a Lisboa a fim de transportar os refugiados europeus. Os aviões da Pan American e os hidroaviões Clipper amaravam em Cabo Ruivo, enquanto o aeródromo da Granja do Marquês, em Sintra, ligava Lisboa às principais capitais europeias, até que em 1942, a abertura do aeroporto da Portela transferiria o movimento aéreo para a capital do país. Em 1945 as concessões dos caminhos-de-ferro ficaram concentradas na CP e três anos depois, os circuitos turísticos de autocarro ficaram sob a tutela das agências de viagens.

Lisboa assistia com curiosidade às mudanças introduzidas pelos desconhecidos. Tirada da sua modorra secular, a cidade tornou-se trepidante e barulhenta. Os primeiros sinais de mudança foram expressos na revista de propaganda britânica *Mundo Gráfico* que, a par de reportagens sobre a Guerra, foi dando indícios sobre as transformações que a capital sofria: “Lisboa em guerra converteu-se na capital da moda, em todas as capas dos magazines femininos que desfilam agora nas ruas da cidade” (Ramalho, 2012). Na cosmopolita praia do Estoril, a vida corria ligeira.

A visão da efemeridade da vida perante a Guerra e a urgência de tudo relativizar, levaram a que os portugueses

recebessem, grosso modo, os desvalidos da sorte, copiando as novidades e refrescando a mentalidade de muitos lusitanos que se apressaram a aderir às modas que viam desfilar nas ruas e da cidade, popularizando usos e costumes até aí inimagináveis. Nos cafés da Baixa, nos *halls* dos hotéis, nas esplanadas, nos jardins, nas agências de viagens, nas companhias de navegação e nos consulados e embaixadas, os estrangeiros aguardavam notícias e partidas. Esta movimentação de estrangeiros fez com que, apesar do conflito bélico, a política para o turismo continuasse a desenvolver-se, ainda que a um ritmo inferior ao inicialmente proposto. Por esta altura, o pleno funcionamento do SPN permitiu publicar cerca de 115 obras, assegurar a filmagem de 114 curtas-metragens, criar concursos sobre os mais variados temas considerados “tipicamente nacionais”. Foram ainda incentivadas realizações artísticas, como a introdução das Missões Culturais, os Bailados do Verde Gaio, o Teatro do Povo e o Cinema Ambulante, além de 81 exposições que englobavam as áreas da pintura, escultura e fotografia.

As melhores obras nestas áreas, por sua vez, foram premiadas pelo SPN, que instituiu desde 1933/34, os Prémios Literários. Por seu turno, as *Quinzenas*, promovidas pelo SNI (Secretariado Nacional de Informação que veio substituir o SPN em 1945) em algumas capitais no estrangeiro, ajudaram a divulgar o que a nível nacional se ia fazendo, promovendo conferências, espectáculos e exposições que ajudavam a sedimentar a imagem de um país que se

oferecia como um destino turístico que valia a pena visitar.

Obviamente que se tinha a consciência da importância de uma política de turismo sustentada, uma vez que não só proporcionava mais valias à economia do país como permitia o desenvolvimento de indústrias complementares ligadas à actividade turística e daí que, a quando do balanço dos *Catorze Anos de Política do Espírito*, se tenha constatado a acção desenvolvida e a certeza da enorme missão cumprida. O facto de no ano seguinte, 1949, António Ferro ter sido afastado do cargo de director do SNI não deixou de validar um substancial projecto do Estatuto do Turismo, onde se alinhavavam medidas de fomento do sector que só mais tarde, em 1952, seria definido. Certamente que o turismo enquanto cenário propício à divulgação da designada cultura popular nacional, terá sido, por necessidade imposta pelo papel que desempenhava na máquina propagandística do Estado Novo, uma das áreas a que António Ferro dedicou mais atenção. Segundo o secretário da propaganda nacional, a indústria do turismo permitia a valorização da obra nacional, constituindo uma montra do regime de Salazar e portanto, era prioritário difundir Portugal como um poderoso destino turístico internacional.

Chegara-se ao final dos anos 40, ultrapassando um longo período de transformações, e com uma organização institucional que abrangia todas as áreas do turismo: um Conselho Nacional de Turismo, uma Repartição de Jogos e Turismo, um Fundo de Viação e Turismo, Comissões de Iniciativa e Representações Oficiais no Estrangeiro.

Ora foi precisamente a vertente externa que permitiu “exportar” uma imagem turística construída como um discurso que espelhava o novo ideário do Estado Novo. Para que esse cenário se concretizasse em muito contribuiu o facto do director do SPN/SNI ter sido nomeado comissário-geral das representações nas grandes mostras internacionais: Sevilha, Paris, S. Francisco e Nova Iorque, para além de ter acumulado o cargo de Secretário Geral das Comemorações Centenárias de 1940.

Estes eventos haviam sido herdeiros das primeiras feiras universais/mundiais iniciadas em meados do século XIX e que deram forma à geografia do mundo moderno, enquanto locais onde as ideias de progresso ganharam visibilidade.

Na primeira metade do século XX, estas exposições foram os locais de excelência para promover discursos estéticos e imagéticos que promoveram os regimes e as ideologias que os legitimavam, projectando a identidade nacional de cada um. Por outro lado, estes ventos cultivavam o fascínio pelo exótico das possessões coloniais ao mesmo tempo que promoveram as metrópoles junto de um público cosmopolita cada vez mais interessado em experienciar os destinos turísticos exibidos. Daí que o governo do Império Português achasse prioritária a presença de uma representação condigna nas maiores exposições euro-americanas que se foram concretizando ao longo das décadas de 20, 30 e 40. Em 1929, na Exposição Ibero-americana de Sevilha, o governo fez representar numa das secções do pavilhão, a propaganda e o turismo,

exibindo um conjunto de monografias sob o título *O Livro de Portugal*.

Em 1930, a Comissão de Propaganda de Portugal no Estrangeiro orientou a participação de Portugal na Exposição Internacional Colonial de Paris de 1931 onde se transmitiu a imagem de um regime responsável por um ressurgimento de um país idílico que apetecia visitar.

Apesar de a representação não descurar a glorificação do passado, sobressaía a preocupação em realçar e valorizar o presente, desde o património ao turismo.

Em 1934, o SPN fez editar *Portugal 1934*, um álbum fotográfico de notável qualidade sobre a imagem turística do país e, ainda no mesmo ano, a conceituada revista francesa *L'Art Vivant*, dedicou o seu número de Novembro, inteiramente a Portugal. Em 1937 realizou-se em Paris uma exposição internacional e mais uma vez, o pavilhão português dedicou uma secção ao turismo: na sala 8 do edifício apresentavam-se fotomontagens gigantescas da autoria de Horácio Novais, de Domingos Alvão, e de Joshua Benoliel, mostrando recantos pitorescos do país como a Nazaré, Sintra, Douro, Madeira e Açores, ao mesmo tempo que ilustravam os seus costumes nacionais.

Numa área reservada dentro do recinto colocou-se uma série de frases com perguntas e respostas, convidando o público a conhecer melhor o país.

Complementarmente, disponibilizaram-se guias e ofereceu-se material informativo produzido pelo próprio SPN. Foi também exibida a película *Rapsódia Portuguesa*, a evocação fílmica de uma viagem por Portugal através de elementos



tidos como característicos de cada província. Em 1939, Portugal participou na Feira Mundial de Nova Iorque.

Sob o tema *O Mundo de Amanhã*, publicou-se um livro sobre turismo da autoria de Luís Reis Santos, e que foi completado por um conjunto das edições sobre o património nacional. Ainda dentro do pavilhão, a sala do “Turismo e Arte Popular” elucidava os visitantes para os aspectos fortes do turismo em Portugal, com reproduções fotográficas, dando-se especial ênfase aos costumes e paisagens pitorescas do país. Daí que a motivação turística, a par de outras à partida tidas como mais significativas, tenha sido uma das justificações para fundamentar o investimento na participação portuguesa da América. No catálogo oficial da representação portuguesa, editado em língua inglesa, encontra-se um ensaio de Ferro, ilustrado por Bernardo Marques e Tom, sobre a indústria turística, no qual Portugal era designado como “o arco-íris da Europa”.

A obra incluía uma secção denominada *Travel in Portugal and Live in the Heart of Nature Dreaming of the Days of Yore*, onde se destacava a qualidade e o conforto dos hotéis, bem como a beleza, a variedade da paisagem e a hospitalidade lusitana. Referia-se ainda que o país não fora estragado pelo progresso, oferecendo contudo boas estradas e boas comunicações. Havia recomendações de itinerários e dados pormenorizados sobre as funções concretas de órgãos oficiais relacionados com o turismo, como as diversas Casas de Portugal ou a Sociedade da Propaganda de Portugal. Ainda no mesmo ano, Portugal fez-se representar

na Golden Gate International Exposition, em S. Francisco mas em breve, o deflagrar da II Guerra Mundial iria interromper a organização das “montras” turísticas à época, as exposições internacionais.

Acabado o conflito bélico, a fragilidade das estruturas económicas nacionais e a diminuição do fluxo de turistas dariam lugar a uma progressiva reformulação e reconfiguração de Portugal como destino turístico europeu.

Os locais de vilegiatura modernizavam-se, acompanhando a reconstrução do pós-guerra europeu e impulsionando a indústria do turismo para um patamar de excelência que consubstanciaria toda uma nova realidade económica a partir dos anos 50 e 60.

Procurando compreender o modo como o turismo se inscreveu na realidade portuguesa da primeira metade do século XX, constata-se que Portugal se posicionou entre os primeiros países do mundo a adoptar acções concretas para desenvolver do sector turístico. Se o primeiro organismo oficial do turismo havia sido criado na Áustria (em 1909), seguido do Office National du Tourisme francês (em 1910), Portugal (e a Repartição do Turismo decalcada da sua similar francesa) foi o terceiro país do mundo a criar a sua organização oficial do turismo, dotando-se as estruturas subsequentes de órgãos essenciais ao desenvolvimento do país de descobridores que “dera mundos ao mundo”.

Combinando competências públicas e privadas, criando-se mecanismos adequados a uma estruturação e desenvolvimento sedimentada nas

características intrínsecas nacionais, a política turística emergente da primeira metade do Novecentos permitiu que os últimos cinquenta anos do século XX colocassem o país no circuito estrangeiro dos destinos turísticos europeus. Por conseguinte não se pode deixar de constatar que é numa genealogia fundamentada a partir das primeiras instituições ligadas ao turismo que se sedimenta um dos fenómenos mais marcantes da sociedade actual: o da deslocação à escala global que, promovendo a viagem e a cultura viática, desenha traços que se inscrevem no planisfério pessoal de cada um, definindo o *Homem Viator* do tempo contemporâneo.

### Referências

- Ferro, A. (1933). *Entrevistas a Salazar*. Lisboa: Livraria Editora Lda.
- Ramalho, M. (2012). *Lisboa uma cidade em tempo de guerra*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Trabulo, A. (2008). *O Diário de Salazar*. Lisboa: Parceria.