

# IX CONGRESSO DA GEOGRAFIA PORTUGUESA

Geografia: Espaço, Natureza, Sociedade e Ciência

Universidade de Évora

28, 29 e 30

NOV 2013



## ORGANIZAÇÃO

Teresa Pinto Correia

Virgínia Henriques

Rui Pedro Julião



ISBN: 978-972-99436-6-9

## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO:

IX Congresso da Geografia Portuguesa – Geografia: Espaço, Natureza, Sociedade e Ciência

### AUTORIA (ORGANIZAÇÃO):

Teresa Pinto Correia, Virgínia Henriques e Rui Pedro Julião

### COMISSÃO CIENTÍFICA:

Teresa Pinto Correia, Presidente, Universidade de Évora

Ana Monteiro (UPorto)

António Campar de Almeida (UCoimbra)

António Gama (UCoimbra)

António Martins (UEvora)

Domingas Simplício (UEvora)

Herculano Cachinho (IGOT)

Isabel Margarida André (IGOT)

João Ferrão (ICS)

João Sarmento (UMinho)

José Alberto Rio Fernandes (UPorto)

José Manuel Simões (IGOT)

José Luís Zêzere (IGOT)

José Tenedório (UNova)

Lúcio Cunha (UCoimbra)

M. José Roxo (UNova)

Margarida Pereira (UNova)

Margarida Queirós (IGOT)

Maria Virgínia Henriques (UEvora)

Mário Vale (IGOT)

Miguel Bandeira (UMinho)

Nuno Neves (UEvora)

Patrícia Rego (UEvora)

Rui Pedro Julião (UNova)

### COMISSÃO ORGANIZADORA:

Maria Virgínia Henriques, Coordenadora, Universidade de Évora

António Antunes Martins, Universidade de Évora

Clara Guedes, Associação Portuguesa de Geógrafos

Domingas Simplício, Universidade de Évora

Eduardo Gomes, Associação Portuguesa de Geógrafos

Miguel Jorge, Associação Portuguesa de Geógrafos

Nuno Camelo, Município de Évora

Nuno de Sousa Neves, Universidade de Évora

Patrícia Rego, Universidade de Évora

Rui Pedro Julião, Associação Portuguesa de Geógrafos

Teresa Pinto Correia, Universidade de Évora

### EDIÇÃO:

Associação Portuguesa de Geógrafos

### EXECUÇÃO GRÁFICA:

Associação Portuguesa de Geógrafos

Gabinete de Imagem / Universidade de Évora

### E-BOOK | ISBN:

978-972-99436-6-9



## Os guias de viagem e a valorização do Alentejo como espaço de turismo, lazer e cultura (1880-1930)

Ana Cardoso de Matos <sup>1</sup>, Maria Ana Bernardo <sup>2</sup>

1) Cidehus – Universidade de Évora, Portugal  
[anacmatos@mail.telepac.pt](mailto:anacmatos@mail.telepac.pt)

2) Cidehus – Universidade de Évora, Portugal  
[mab@uevora.pt](mailto:mab@uevora.pt)

### Resumo

Os guias de turismo têm uma tradição que remonta ao século XVII, altura em que se dirigiam a uma elite. A partir do século XIX os guias de viagem passam a ter um público mais alargado e assumem um carácter cada vez mais utilitário. À descrição dos lugares alia-se um conjunto de informações de ordem prática tais como as unidades hoteleiras existentes, os locais para refeições, a distância em relação aos postos de correio e telégrafo, as principais vias de ligação entre as localidades, os horários e meios de transporte disponíveis e o câmbio da moeda.

Propondo circuitos nas principais cidades ou excursões, os guias incluíam igualmente informação geográfica e cartográfica considerada relevante. É a partir da diversidade e riqueza informativa dos guias turísticos editados em Portugal durante o período cronológico assinalado que se pretendem identificar como foi considerado o Alentejo como espaço de turismo, lazer e cultura.

**Palavras chave:** Turismo, Guias de Viagem, Património Cultural, Alentejo

Ao longo dos últimos anos, o turismo cultural tem-se afirmado como uma alternativa à massificação do produto sol e praia e, também, como hipótese de revitalização para regiões economicamente deprimidas (ICOMOS, 1999). Nessas circunstâncias, patrimónios e heranças culturais com aval de autenticidade são o produto e a experiência mais valorizados (Urry, 1990: 95). E são igualmente termos chave de um enunciado discursivo (Calvi, 2010: 20-27) elaborado para seduzir um público diferenciado, que nesse mesmo discurso se reconhece.

Os guias de viagem (Lavenir, 1999: 58-62 e Guilcher, 2000: 81-91), nos vários suportes em que atualmente se materializam, são parte integrante daquele processo: elementos de



mediação e geradores de identidades que circulam do produto/experiência ao seu público.

O vídeo *Alentejo tempo para ser feliz* e o roteiro do mesmo nome, ambos de proveniência institucional (Turismo do Alentejo - ERT, 2013), são os resultados mais recentes do propósito de elaboração de uma imagem do Alentejo como região de potencialidades turísticas que, em concomitância, pretende consolidar este setor no âmbito da economia regional.

Através da análise dos termos valorativos usados nos textos dos guias de viagem portugueses que, entre o final de oitocentos e as primeiras décadas de novecentos, se referiram ao Alentejo, contribui-se para o conhecimento do processo histórico de construção da sua imagem, nas múltiplas faces em que a mesma se objetiva.

### **1. Guias de viagem, transportes e turismo: uma perspetiva articulada**

O desenvolvimento do turismo foi favorecido pelo progresso tecnológico e industrial e o seu contributo para o surgimento e generalização de novos meios de transporte e comunicação (Mom, 2003: 121-138).

Em meados do século XIX, o caminho-de-ferro e os relatos de viagem então publicados tinham por público-alvo a burguesia e propunham uma pedagogia da viagem (Matos e Santos, 2004). Já no final do século, a bicicleta e o automóvel permitiam uma maior mobilidade e libertavam os viajantes de percursos pré-definidos em função das ferrovias. Posteriormente, à medida que os meios de transporte se foram tornando mais acessíveis e os rendimentos e condições de vida das populações melhoram, as hipóteses de realização de viagens de lazer e a prática do turismo estenderam-se a camadas cada vez mais amplas da sociedade. Estas transformações, por sua vez, foram acompanhadas de uma maior atividade editorial relativamente aos roteiros e aos guias de turismo, contribuindo de forma particular para este dinamismo as empresas ligadas ao setor ferroviário e as Sociedades promotoras do turismo.

Embora no XVII já se publicassem obras especializadas com o intuito de auxiliar os viajantes, foi no século XVIII que surgiram os primeiros guias de viagens com indicações concretas e úteis sobre os espaços a visitar.

No entanto, como já se referiu, enquanto os guias de viagem do período moderno se dirigiam a uma elite *ilustrada* e aristocrática que concebia as viagens como forma de



complementar a sua educação, os guias turísticos do século XIX eram essencialmente destinados à burguesia e procuravam responder às novas exigências dos viajantes.

Pela mesma época surgiram as primeiras agências de turismo igualmente interessadas na publicação de guias para viajantes e turistas, como foi o caso da fundada por Thomas Cook, conhecida como *Thomas Cook AG*. Os guias de bolso surgiram por volta de 1874, altura em que em Inglaterra Thomas Cook lançou a coleção *Tourist's Handbooks*, composta de vinte e cinco títulos de capas vermelhas ou azuis (Matos, A. C., Santos, M. L., e Bernardo M. A., 2008: 98-100).

Em Portugal, com o objetivo de facilitar e incentivar as viagens de comboio, em 1882 iniciou-se a publicação do *Guia Oficial dos Caminhos de Ferro de Portugal*. Publicado quinzenalmente, este guia indicava a lista das estações e as tarifas relativas aos diferentes trajetos. Nestas últimas incluíam-se as normais e as reduzidas, estas últimas praticadas durante a época estival e nos percursos que tinham como destino as praias ou termas. As tarifas reduzidas eram também aplicadas nos casos de excursões organizadas. Igualmente com o objetivo de incentivar à viagem, a *Gazeta dos Caminhos de Ferro de Portugal e Hespanha*, publicada a partir de 1888, passou a incluir de forma regular relatos de viagens, a fazer a divulgação de locais a visitar e a apresentar propostas de viagens no país e ao estrangeiro

Nas últimas décadas do século XIX, os guias referentes a Espanha e Portugal publicados no estrangeiro disponibilizavam mapas quer das estradas, quer do caminho-de-ferro, continuando este último a ser o grande meio de transporte dos viajantes. Refira-se o *Itinéraire de l'Espagne et du Portugal*, publicado em Paris pela Hachette e inserido nos Guides-Joanne, que continha um mapa das estradas e treze mapas das linhas de caminho-de-ferro.

## **2. O Alentejo como espaço de lazer e de cultura nos guias de turismo (1880-1930)**

As referências ao Alentejo e às suas várias cidades e vilas surgem em vários guias de viagem que incidem sobre a totalidade do país, como é o caso do *Guia de Portugal* de Raul Proença, cujo volume II, publicado em 1927, foi dedicado à Estremadura, Alentejo e Algarve.

Contudo, ao longo dos anos, foram publicados vários guias principalmente sobre a cidade de Évora, não só pelo facto de ser a mais importante cidade do Alentejo mas,



também, argumentava-se nessas obras, pela riqueza da sua história e dos seus monumentos. Entre os mais relevantes contam-se: o *Roteiro da cidade de Évora e breve notícia dos seus principais monumentos* (António Francisco Barata, 1871); *Através de Évora* (Caetano da Câmara Manuel, 1900), obra que procurava dar “*uma sumária notícia de Évora monumental, não deixando, contudo, de acompanhá-la de alguns apontamentos que possam interessar ao forasteiro*”; e ainda *Évora e seus arredores: indicações gerais para uso dos viajantes* (Sociedade de Propaganda de Portugal, 1916), impressa na tipografia da *Gazeta dos Caminhos-de-ferro*

Nos anos seguintes vieram a público outras obras sobre Évora, entre as quais podemos citar, *Évora: excursões na cidade e arredores*, publicada pela Bertrand em 1929.

Neste panorama editorial merece especial relevo a ação da *Sociedade de Propaganda de Portugal*. A sua fundação data de 1906, sendo igualmente designada como *Touring Club de Portugal*.

Entre os seus objetivos, a *Sociedade* contava promover, pela sua ação própria e “*pela colaboração [...] com todas as forças vivas da nação, e pelas relações internacionais [...], o desenvolvimento intelectual, moral e material do país e, principalmente, esforçar-se por que ele seja visitado e amado por nacionais e estrangeiros.*”

Ao longo dos anos, a mesma *Sociedade* publicou diversos guias, destacando-se de entre eles o *Guia de Évora e seus Arredores* (1916).

As apreciações sobre o Alentejo que foram sendo transmitidas pelos guias de viagem, pelos relatos e pelas instituições que promoviam o turismo, oscilaram entre positivas e negativas relativamente a este espaço geográfico.

As descrições sobre a paisagem alentejana incluídas nos relatos dos viajantes e excursionistas são bem exemplificativas desta dicotomia. Em 1917, Adelino Mendes, após excursão de comboio pelo Alentejo, referia: “*De Évora para o nascente a linha férrea corre ininterruptamente através de campos de trigo, de olivais e montados. À monotonia da azinheira e da oliveira, junta-se no verão, a agressiva intensidade do calor africano. (...)*” (Boletim da Sociedade de Propaganda de Portugal, 1917: 1). Nesse mesmo ano, um texto igualmente incluído naquela publicação referia que das “*oito províncias portuguesas é esta [o Alentejo] a que apresenta um aspeto monótono e menos alegre, devido em grande parte às suas extensas planícies (...)*” (Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal, 1917: 114).



Porém, outros textos contrabalançavam esta ideia negativa. Como referia Raul Proença “o Alentejo tem também, ao contrário do que geralmente se supõe uma beleza própria, embora só uma longa intimidade com a sua paisagem a permita aprender” (Guia de Portugal, 1927, vol. II).

Mas se a paisagem do Alentejo era objeto de apreciações controversas, os seus monumentos foram um aspeto frequentemente referido e considerado como razão suficiente para justificar uma viagem pela região. Assim, considerava-se que “(...) o Alentejo tem usos e costumes característicos muito interessantes, tem indústrias locais que merecem toda a atenção pela originalidade dos produtos, tem riquezas e monumentos históricos dignos de apreciação de nacionais e estrangeiros.(...). O distrito de Évora é que é o grande repositório de monumentos que todo o português deve conhecer” (Boletim da Sociedade de Propaganda de Portugal, 1917:114-15).

### Considerações finais

No período contemporâneo assistiu-se a um interesse crescente pela viagem de recreio e lazer. Acompanhando o desenvolvimento do turismo, os guias e roteiros evoluíram, adaptando-se às novas condições de viagem e às novas exigências daqueles que aderiram a esta atividade.

Muitos dos guias foram publicados pelas companhias de caminho-de-ferro, dado que o comboio permanecia o principal meio de transporte.

Contudo, as sociedades promotoras do turismo publicaram também guias de viagem e tiveram uma importante ação no desenvolvimento daquela atividade, nomeadamente pela divulgação de várias regiões que podiam interessar os turistas

O Alentejo não ficou alheado deste movimento e foram publicados guias sobre a região, com particular incidência para a cidade de Évora. Mas, ao mesmo tempo que se divulgava a região alentejana como destino de turismo, foram-se produzindo apreciações negativas e positivas desta mesma região. Assim, o Alentejo, marcado pela planície e por grandes campos de cereais, tendeu a ser considerado como uma região com escasso interesse do ponto de vista da paisagem e das belezas naturais. Em contrapartida, eram valorizados a importância da história e do património edificado existente nesta região, com particular destaque para a cidade de Évora.



## Bibliografia

- Calvi, M.V. (2010), Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación, *Ibérica* 19: 9-32
- Guilcher, G. (2000) Naissance et développement du guide voyage imprimé: du guide unique à la série une stratégie de conquête des lecteurs. In Chabaud G et al (ed.) *Les guides Imprimés du XVI au XX Siècle: villes paysages voyages*, Ed. Belin, Paris:
- ICOMOS (1999) *Carta Internacional do Turismo Cultural*. Lisboa
- LAVENIR, C. B. (1999) *La route et le stylo: comment nous sommes devenus touristes*. Paris: Ed. Odile Jacob
- Matos, A. C., Santos, M. L. (2004). Os Guias de Turismo e a emergência do turismo contemporâneo em Portugal (dos finais do século XIX às primeiras décadas do século XX). *Scripta Nova*. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. VIII, n. 167 [Acedido em 12 de setembro de 2013] <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-167.htm>
- Matos, A. C., Santos, M. L. e Bernardo, M. A. (2008). Tourism, Guidebooks and the Emergence of Contemporary Tourism in Portugal. In Kostianen, A. and Syrjamaa, T. (ed.) *The Uses of History in Tourism Development*. Finnish University Network for Tourism Studies (FUNTS), Finland: 94-104
- Mendes, A (1917) A terra Portuguesa. Conferência lida na Sociedade Propaganda de Portugal na noite de 22 de Fevereiro ..., *Boletim da Sociedade Propaganda de Portugal*, Ano 11º, nº 4, 1917: 1
- Mom, G. (2003) What kind of transport history did we get? Half century of JTH and the future of the field. *The Journal of Transport History*, 24/2: 121–138.
- Proença, R. (1927). *Guia de Portugal*, vol. II. BN.P., Lisboa.
- SPP (1906,1916,1917) *Boletim da Sociedade de Propaganda de Portugal*. Lisboa.
- Urry J. (1990) *The Tourism Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage, London
- Barata, António Francisco (1871), *Roteiro da cidade de Évora e breve notícia dos seus principais monumentos*. Évora: Imprensa do Governo Civil
- Manuel, Caetano da Câmara, (1900) *Através da cidade de Évora ou apontamentos sobre a cidade e seus monumentos*. Évora: Minerva, 1900