

*Coleções Documentais do Centro de Documentação e Informação do Ecomuseu Municipal
do Seixal:*

A Revista Turismo e a imagem identitária de um país

Ana Machado

1. Contextualização do Turismo em Portugal nos finais do século XIX/princípios do século XX

O tema da viagem exerceu desde tempos imemoriais, um enorme fascínio pela humanidade, sobretudo pelos mais curiosos, que levados pelo impulso de conhecer o mundo e de expandir os seus horizontes, desbravaram os territórios que os rodeavam, encetando explorações memoráveis, das quais resultaram impressionantes relatos sobre a geografia dos novos lugares conhecidos. Nos séculos XV e XVI, no áureo período das Descobertas e da expansão marítima, a viagem tornou-se o móbil da exploração e do contacto com novas terras e civilizações, sendo pautada pelo propósito do conhecimento, da conquista e dos interesses económicos e políticos.

Apesar desta motivação pela viagem e pela descoberta de novas terras e lugares, este interesse só começou a vulgarizar-se de forma sistemática e regular, na segunda metade do século XIX, quando as elites aristocratas e endinheiradas viram na viagem um sinal de estatuto de diversão, prazer, erudição e de entretenimento. Nessa época, predominavam as longas viagens ao estrangeiro, o chamado *Grand Tour*, que percorria grandes distâncias, atravessando continentes, em busca da experiência do lugar e de conhecimento.

No último quartel do séc. XIX, fatores como a revolução industrial, o desenvolvimento do caminho-de-ferro, a melhoria das vias de comunicação, e os novos modelos de lazer, contribuíram para a massificação do turismo, permitindo a construção de estâncias balneares e termas um pouco por todo o país. Criaram-se novos hábitos e surgiu um outro tipo de viagens que não apenas as de cariz educativo e cultural, assentes em objetivos de bem-estar, conciliando «os tratamentos terapêuticos das águas mineromedicinais e marítimas, do ar revigorante da beira-mar ou da montanha, recomendados por médicos higienistas com o lazer e o recreio».¹ Criou-se então o culto da ida à praia, mesmo entre as famílias menos abastadas, por se considerar que ir a “banhos” era benéfico para a saúde. As praias começaram a ter uma outra funcionalidade, atraindo magotes de pessoas ao domingo, que se apinhavam, alterando a geografia e a hierarquia social destes lugares.

¹ LOUSADA, Maria Alexandre - Viajantes e Turistas. Portugal, 1850-1926. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010, p.17.

«Quando começaram a ser receitados os banhos de mar terapêuticos, era numa espécie de estabelecimentos balneares flutuantes que se tomavam – as chamadas barcas de banhos. Existiram em Lisboa, no Tejo, em frente ao Terreiro do Paço e à Junqueira, desde o primeiro quartel do séc.XIX, sendo ainda utilizadas nos finais de oitocentos. Aí, os banhistas tomavam banho numa espécie de poço, saltando ou entrando lentamente. As mulheres vestiam uns “fatos de banho” feitos de fazenda de lã grossa. No final do século, as barcas desaparecem, mas o banho continua a ser, sobretudo, um banho de imersão ou de mergulho, feito com o apoio de banheiros e dos seus pequenos barcos. Alguns homens já nadam, mas as mulheres e as crianças continuam a prática tradicional.»²

A massificação do turismo alargado a todas as classes sociais, e não apenas às elites, surgirá apenas mais tarde, após a I Guerra Mundial, com a extensão dos dias de férias a várias categorias de funcionários, e ao aumento dos salários, embora tal tenha sido conquistado de modo gradual e não vulgarizado a toda a classe trabalhadora.

2. A institucionalização do Turismo - publicações especializadas no setor durante a primeira República (1910-1926)

No que respeita à institucionalização do turismo, ela surgiu apenas no princípio do século XX, em 1906, com a fundação da *Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP)*, dinamizada por Leonildo de Mendonça e Costa. Tratava-se de um setor com francas potencialidades, mas com uma expressão ainda pouco significativa, existindo apenas uma publicação dedicada às viagens e ao turismo, desde 1888, denominada *Gazeta dos Caminhos-de-ferro*, da qual Leonildo de Mendonça e Costa era diretor. Com a criação da *SPP*, pretendia-se promover e publicar itinerários, guias e cartas roteiros do país, com tradução em várias línguas, bem como reformar e melhorar as estruturas turístico-hoteleiras existentes na época, e valorizar os monumentos e o património nacional.

Contudo, foi em pleno Republicanismo que se começou a pensar o turismo como um fenómeno global, associando-o a interesses económicos e a proveitos sociais e culturais para o país, pois, se por um lado o turismo enaltecia um papel educativo, associado ao conhecimento e à aprendizagem, por outro lado permitia a construção de um “espírito patriótico” da nação. Foi neste contexto que decorreu o 4º Congresso Internacional de Turismo em Portugal, em Maio de 1911, na Sociedade de Geografia de Lisboa, com representantes de 18 países, tendo sido no

² HENRIQUES, Eduardo Brito; LOUSADA, Maria Alexandre – Férias em Portugal no primeiro quartel do século XX. A arte de ser turista. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010, p. 107.

decorrer do mesmo anunciada a criação da *Repartição de Turismo* e do *Concelho Nacional de Turismo*.

A *Sociedade de Propaganda de Portugal* publicou, além do seu Boletim, distribuído a partir de 1907 aos seus sócios, várias outras obras, incluindo monografias, folhetos e brochuras de divulgação. Nos anos que se seguiram editaram várias publicações de cariz turístico, com o intuito de promover o excursionismo³ e o turismo. Divulgou uma oferta turística assente numa imagem idealizada do país, baseada nos seus atrativos climáticos, na hospitalidade do seu povo, nas paisagens diversificadas, nos aspetos pitorescos e no património histórico que possuía.

A primeira publicação exclusivamente dedicada a este setor, após a criação da *Repartição de Turismo* e do *Conselho Nacional de Turismo* foi a *Revista de Turismo*, distribuída entre 1916 e 1924, com a direção de Agostinho Lourenço. A revista incluía nas suas rubricas propaganda, viagens, navegação, arte e literatura, contribuindo com os seus artigos para desenvolver o gosto pelas viagens. Por possuir conteúdos exclusivamente de índole turística tornou-se numa publicação especializada pioneira, e foi um dos principais veículos de divulgação turística em Portugal nessa época, sendo distribuída e vendida tanto em Portugal como em Espanha.

No curto período em que vigorou a primeira República (1910-1926) e mercê da instabilidade económica e social, dos tumultos e do agravamento da situação política que afetava o país, acabaram por não serem atingidos os objetivos desejados neste setor, não oferecendo as condições ideais para a permanência de visitantes no território. Com a instauração do golpe militar de 1926, a *Repartição do Turismo* transformou-se, em 1928, na *Repartição de Jogos e Turismo*, e em 1930 criou-se a *Comissão da Propaganda do Turismo de Portugal no Estrangeiro*. Em termos de publicações especializadas neste domínio, assinalou-se apenas o surgimento da *Turismo: revista de Propaganda de Portugal*, em 1928, dirigida por Alfredo Cândido. Outras publicações que promoviam o turismo, embora não fossem especializadas



³ «Os republicanos defendiam uma concepção muito mais nobre e exigente da prática turística: o viajante não se pode comportar como “simples turista”. Longe de percorrer um espaço preservado, de procurar sítios completamente adaptados às suas exigências e hábitos, o viajante/turista deve confrontar-se com a realidade social e natural (paisagística) do País. O turista tem de ser um “excursionista” no sentido de “explorador”- que procura uma experiência única e pessoal, criando uma relação íntima com o território visitado, sem poupar o esforço físico requerido pela viagem (...) Passeia-se para descobrir novas paisagens mas também pelo único prazer de exercitar o próprio corpo.». VIDAL, Frédéric; AURINDO, Maria José – Turismo e Identidade Nacional: Uma Nova Imagem para Portugal. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010, p. 127.

foram a *Ilustração Portuguesa* (iniciada em 1903), a revista *Águia* (criada em 1910), a revista *Seara Nova* (divulgada a partir de 1921), e a *Presença* (impressa a partir de 1927), entre outras.

3. Estado Novo, Propaganda e Turismo

Com a instauração do Estado Novo em Portugal, em 1933, reforçou-se a propaganda turística, exaltaram-se os elementos rurais e tradicionais das províncias do país, e intensificou-se «a tendência para a valorização do local e do regional na construção de um todo nacional (...)»⁴. Defendia-se o folclore como estandarte do país, os valores regionais associados aos trajes, à etnografia e às tradições locais, e construiu-se a imagem de um povo humilde e trabalhador, de brandos costumes e hospitaleiro. Para tal, muito contribuiu a *Sociedade de Propaganda Nacional (SPN)*, criada em 1933 pelo governo de Salazar, dirigida por António Ferro, dando início ao que se chamaria a “*política do espírito*”⁵. Em 1945, este organismo passaria a designar-se de *Secretariado Nacional de Informação (SNI)*.

A “política do espírito” implicou a criação de um programa intelectual que operou uma autêntica transformação na cultura portuguesa, atingindo todas as camadas sociais da população, desde as mais eruditas às classes populares. António Ferro defendia um país de “alma antiga e sensibilidade nova”, integrando os conceitos de cultura popular e vanguardismo no seu programa, encaixando na sua linha de pensamento «os museus (...), a literatura e a história, o cinema (...), o teatro do povo, os jogos e tradições regionais ou o bailado de inspiração popular»⁶. Apesar de ser apresentada como uma visão cultural com objetivos renovadores que enalteciam a independência do espírito, este modelo cultural viria a revelar-se demasiado rígido, com contornos limitantes.

No seguimento desta ideologia, desenvolveu-se o turismo a nível nacional, em várias frentes, incluindo uma «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 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».⁷

⁴ Ibidem, p.123.

⁵ A política do espírito consistiu em usar a cultura como meio de propaganda, no sentido de dignificar o regime. António Ferro defendia a conciliação de antigas tradições de ideologia nacionalista e os valores da cultura popular, com as bases artísticas modernas e futuristas da época. Reinventa-se um país mítico, onde se buscam as raízes no passado histórico e na ruralidade, embelezado à luz da estética modernista.

⁶ DAMASCENO, Joana - **Museus para o Povo Português**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010, p.38

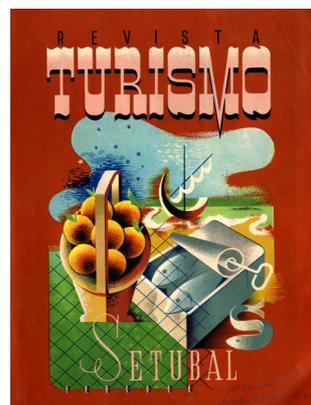
⁷ Cit. CASTRO, Maria João – Traços da viagem: a institucionalização do turismo na primeira metade do século XX. In **THJ- Tourism and Hospitality International Journal** [Em linha]. 3: 2 (novembro 2014). [Consult. 25 jun.2020]. Disponível na WWW: <https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/issue/view/7/12>,

A par desta campanha iniciou-se uma operação de construção de estradas e a requalificação do património arquitetónico, incluindo os principais monumentos nacionais, obras que António Ferro considerava como a matéria-prima do turismo.⁸ Criaram-se Pousadas Regionais, «inscritas no “Plano de Realizações do Duplo Centenário de 1940”, subscrito pelo Ministério das Obras Públicas de Duarte Pacheco (...)»⁹ e desenvolveu-se o conceito de turismo rural, sublinhando a importância da construção de pequenos hotéis que respeitassem as características da região, no seu estilo arquitetónico e decoração.

Além destas iniciativas salientou-se ainda durante os anos 30/40 a edição de algumas publicações especializadas, como é o caso da *Turismo: revista de hotéis, viagens e actualidades*, (1936), a *Panorama-Revista Portuguesa de Arte e Turismo* (1941), que promovia o turismo oficial e as artes apoiadas pelo regime, a *Revista Atlântico* (1941) dedicado à cultura, à literatura e à arte, com artigos sobre as paisagens turísticas do país. Foi nesta época que se incrementou também a publicação de brochuras, folhetos, cartazes, mapas, guias e monografias de propaganda turística, a maioria editadas pelo *SPN/SNI*, e pela *Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho* (FNAT), precursora da atual *INATEL*, (fundada em 1935), com a finalidade de apoiar o turismo social, através da organização de colónias de férias, passeios e excursões aos trabalhadores e suas famílias.

4. Um olhar sobre o turismo português através da *Revista Turismo*

Após um breve enquadramento sobre as diretrizes que influenciaram o setor do turismo em Portugal no início do século XX, que abrangeu o período republicano e os primórdios do Estado Novo, basear-nos-emos de seguida na análise da *Revista Turismo*¹⁰, criada em 1936, com a direção de António Pardal¹¹, para contextualizar as imagens identitárias do país, promovidas pelo turismo durante o período de edição do periódico, entre os anos 30 e 60.



p. 51.

⁸ Cf. DAMASCENO, Joana - *Museus para o Povo Português*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010.

⁹ Ibidem, p.50.

¹⁰ A *Revista Turismo* foi designada inicialmente de *Turismo: Revista de hotéis, viagens e actualidades*, ficando conhecida pelo seu título mais reduzido, a partir do número 54, em 1943.

¹¹ Esta publicação foi dirigida por António Pardal até 1958, sendo substituído por Quaresma Gomes durante o ano de 1959 e por H. Aragão Pinto a partir de 1960.

Esta revista encontra-se incorporada nas coleções documentais do **Centro de Documentação e Informação** (CDI) do **Ecomuseu Municipal do Seixal** (EMS), no fundo reservado designado - *Fundo Antigo da Câmara Municipal do Seixal e Imprensa Local*, que integra cerca de 1500 monografias, 277 títulos de publicações periódicas e recortes de imprensa, abrangendo diversas áreas temáticas.

A coleção que o CDI dispõe da *Revista Turismo*, não se encontra completa, assinalando-se a falta de exemplares de alguns anos, (1938, 1939, 1955), com alguns números intercalados, sendo o último periódico existente datado de 1963. Abrange quatro séries, a primeira inclui do nº1 ao nº 107, (de 1936 a 1953); a segunda série do nº1 ao nº10 (1956-1958); a terceira série do nº1 ao 16 (1959-1962) e por último a quarta série do nº 1 ao nº5 (1962-1963).

Esta publicação apresenta temáticas exclusivamente turísticas é um importantíssimo registo documental da época, promovendo o turismo não só dentro de portas, mas com o intuito de atrair também o visitante estrangeiro, possuindo alguns números com artigos escritos em francês, inglês ou alemão.

«A nossa Revista (...) não se destina à propaganda duma determinada região do país, mas à propaganda de todas elas. Para esse fim é enviada para todos os pontos do país e do estrangeiro onde de ante-mão sabemos que a sua leitura e as suas informações podem ter benéfico efeito, e para tanto traz ela os seus artigos publicados em várias línguas».¹²

Os temas que a revista apresenta são recorrentes, reforçando o conceito de regionalismo aliado ao de identidade nacional, com o intuito de divulgar o que existia de melhor em Portugal na época:

«as mais belas e famosas regiões de Portugal, desde o Algarve ao Minho, Ilhas e Colónias, todos os centros de turismo mereceram largas referências nas páginas da nossa revista, onde também inserimos milhares de escolhidas fotografias. Os melhores aspectos da paisagem, todas as lindas praias portuguesas, os monumentos nacionais, as estâncias e termas, os parques e os jardins, as igrejas e os museus, os mais pitorescos recantos das cidades e vilas».¹³

Entre as maravilhas divulgadas deste país, à beira mar plantado, incluía-se também o seu folclore, a sua cultura popular e etnografia, sendo por isso exaustivamente documentados, ao longo da edição da revista, salientando-se o lirismo da vida rural, ainda imaculado pelo

¹² Turismo e os Grémios Regionais. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I nº6, fevereiro 1937, p.1.

¹³ O quinto aniversário da Revista Turismo. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano V, nº 39, mar-abril 1941.

progresso, as descrições sobre os trajes típicos, a gastronomia e as iguarias regionais, os costumes e as tradições, onde se incluíam as romarias, as touradas, o fado, entre outras expressões do povo português.

«Não devemos esquecer que é na vida provincial que se conservam com maior fidelidade e carinho, os hábitos, costumes e tradições antigas, muito especialmente em Trás-os-Montes. O carácter português traduz-se em cada província, nas mais variadas e típicas expressões, quer através do folclore, nos cantos e danças, quer na indumentária, no mobiliário, nas realizações por vezes ingénuas, das pequenas indústrias caseiras.

(...) as romarias constituem, principalmente em certas regiões do país, o mais alegre, colorido e animado espectáculo que a província pode oferecer ao forasteiro.»¹⁴

Uma das imagens de marca do turismo português, muito veiculada pela *Revista Turismo*, era a figura da mulher camponesa, com o seu traje regional e o seu sorriso, representando a genuinidade, a boa hospitalidade e acolhimento, o pitoresco e a rusticidade de um país de brandos costumes.

«Um dos mais preciosos e atractivos elementos do nosso folclore é a mulher portuguesa, cuja beleza varia de região para região, e que pela sua graça e encantos naturais, pela diversa maneira de trajar, nas diferentes melodias das canções regionais, no pitoresco dos seus bailados, nas lendas e tradições, ocupa um lugar especial, sendo, com o devido respeito, o mais encantador cartaz de turismo.»¹⁵

Além de fazer referência constante aos mais diversos locais do país, sempre numa perspectiva turística, a revista enaltecia e revelava as suas peculiaridades e aspetos típicos, possuindo frequentemente números especiais temáticos, dedicados aos vários distritos e regiões do país e das ilhas. Assim, na coleção desta publicação, incorporada no Centro de Documentação e Informação do Ecomuseu Municipal do Seixal, encontram-se diversos números dedicados à região do Algarve, Alentejo, Minho, ao distrito de Leiria, de Braga, Santarém, Coimbra, Setúbal, Évora, Lisboa, Viseu, Guarda, Aveiro, à cidade de Lisboa, entre outros.

«O Algarve tem um clima dulcíssimo, com o seu céu, quasi sempre descoberto, com uma paisagem linda e característica, com o pitoresco das suas serras, constitui uma região privilegiada pela Natureza»¹⁶

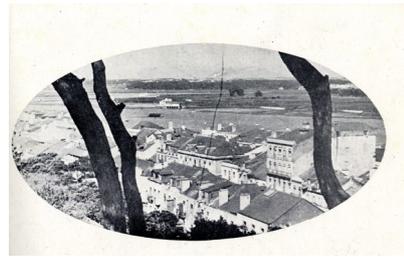
¹⁴ CARDIM, Guilherme - Cozinha Portuguesa e Pratos Regionais. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VI, nº42 (setembro-outubro 1941).

¹⁵ **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VII, nº46 (março-abril 1942).

¹⁶ Cf. SANTOS, J. Correia dos, Coronel - O Algarve: província de turismo. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I, nº5 (janeiro 1937).

«O Minho, a formosa província portuguesa que tem o condão de enfeitiçar os olhos dos seus visitantes com paisagens que extasiam as almas, deixando-nos embevecidos na sua contemplação, é também das províncias portuguesas que mais primam pela sua hospitalidade. (...) O minhoto é um símbolo de nobreza e de carácter; a sua hospitalidade para com o forasteiro, o amor e o carinho que devota aos seus, são predicados que nele realçam como o raio de sol sobre um lago. (...)»¹⁷

Entre os distritos mencionados que mereceram números temáticos, salientamos aqueles que foram dedicados ao distrito de Setúbal - o nº59, de agosto-setembro de 1944¹⁸ e o número 88, publicado em janeiro de 1950¹⁹, por constituírem importantes contributos para o conhecimento da história local da região onde o concelho do Seixal está



VISTAS DO SEIXAL



indústria, comércio e agricultura, etc.. Incluem artigos sobre a cidade de Setúbal, referindo os castelos, a beleza e o encanto da Serra da Arrábida, referindo também aspetos sobre alguns dos concelhos do distrito, como Almada, Moita, Barreiro, Sesimbra, Seixal, Palmela, Alcácer do Sal, Torrão, Grândola, Santiago do Cacém, Sines, Alcochete, entre outros.

Nesse sentido, salientamos um artigo referente ao concelho do Seixal, publicado no número 59, de 1944²⁰, onde o Seixal é ainda designado por vila, sendo descrito como «uma das mais simpáticas e tranquilas povoações da Margem Sul, muito asseada, envolvida no ar saudável que lhe vem do rio e dos pitorescos campos».²¹ No entanto, como o referiu o artigo, datado de 1944, tratava-se de uma aparente tranquilidade, na medida em que o Seixal era também representado como uma «colmeia de trabalho», com importantes instalações fabris ligadas à cortiça, aos tecidos, conservas, adubos e cerâmica, destacando-se no meio industrial do concelho, a fábrica corticeira da *Mundet* e a fábrica de tecidos da Arrentela, ambas responsáveis pelo progresso da região.

¹⁷ Cf. A.P - O Minho: província encantadora e de gente hospitaleira. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I, nº5 (janeiro 1937).

¹⁸ Cf. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano IX, nº59 (agosto-setembro 1944).

¹⁹ Cf. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano XII, nº88 (janeiro 1950).

²⁰ A Vila do Seixal: um importante centro industrial. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano IX, nº59 (agosto-setembro 1944).

²¹ Ibidem.

«A maior organização de indústria corticeira do país tem a sua sede e fabricação no Seixal, a Fábrica *Mundet*, que é modelar na sua organização técnica e na obra social e de assistência. Só para ver as instalações da Casa Mundet se justifica uma visita ao Seixal».²²

Entre os motivos de atração turística do Seixal, salientavam-se os bons ares da região, as vistas do Alto D. Ana e a praia do Alfeite, na Ponta dos Corvos; as diversas vias de comunicação que permitiam uma boa acessibilidade e deslocação dos operários que trabalhavam no Seixal, salientando-se as carreiras de vapores, com lotação para 300-400 passageiros; a ligação ferroviária, que na época ligava o Barreiro ao Seixal, e por sua vez ao Alentejo, ao Algarve e a Lisboa; a estrada nacional que facilitava o acesso a diversos pontos do país, e a circulação dos serviços de camionagem entre o Seixal, Almada e outras localidades.

No número 88, datado de Janeiro de 1950, encontramos um outro artigo, de autoria de Falcão Machado, que faz referência ao Seixal:

«Entre Almada e Barreiro, fica a vila do Seixal, cuja população vive da indústria da cortiça e outras e de pesca, tanto fluvial como do alto mar. Além da Arrentela, pertence ao concelho do Seixal a povoação da Amora, onde há diversas actividades industriais: cerâmica, pólvoras, etc. e de onde se disfrutam encantadoras paisagens.»²³

Encontramos outras referências ao concelho do Seixal na revista, nomeadamente em anúncios publicitários alusivos à *Mundet & C^a. Lda*,²⁴ e ao Muxito²⁵, o maior complexo turístico da Margem Sul, inaugurado em 1957²⁶. Este empreendimento foi instalado junto à Estrada Nacional 10, estendendo-se a Vale de Gatos, próximo da Cruz de Pau, freguesia de Amora.

²² Ibidem.

²³ MACHADO, Falcão - Valor Histórico, Comercial, Industrial e Turístico do distrito de Setúbal. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**, Ano XII, nº88 (Janeiro 1950).

²⁴ **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. III série, Ano XXIV, nº5 (janeiro 1960) e Ano XXVI, nº13 (janeiro-fevereiro 1962).

²⁵ **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. III série, Ano XXV, nºs 9-10 (janeiro-junho 1961), p. 111.

²⁶ Cf. LIMA, Manuel - **Amora: Memórias de Outrora**. Lisboa: Plátano Editora, 2006

MUNDET & C.^A LDA.
 AVENIDA ANTÓNIO AUGUSTO DE AGUIAR, 19-1.^o
 LISBON-PORTUGAL
 CABLES: MUNDET-LISBON
 CAPITAL: ESC. 40.000.000\$00

EVERYTHING MADE OF CORK
 REGISTERED OFFICE
 SEIXAL

AGENTS IN ALL COUNTRIES
2.500 EMPLOYERS IN FACTORIES IN PORTUGAL
AMORA • MONTIJO • MORA
PONTE DE SOR • SEIXAL

OTHER MUNDET FACTORIES
MUNDET CORK CORPORATION
 NORTH BERGEN N. J., U. S. A.
MUNDET CORK CORPORATION
 HILLSIDE, N. J., U. S. A.
MUNDET CORK & INSULATION LTD.
 TORONTO, CANADA
MUNDET CORK PRODUCTS LTD.
 CRAYDON-SURREY, ENGLAND

MUNDET'S PRODUCTS
KNOWN THE WORLD OVER

"MOTEL"
MUXITO

Situado em Vale de Gatos a 8 kms de Cacilhas, na estrada para Setúbal
 À Vale de Gatos, huit milles écarté de Cacilhas dans la route vers la ville de Setúbal
 open at Vale de Gatos, eight miles away from Cacilhas on the road to Setúbal

Moderníssimas instalações
 Des installations très modernes
 Suitable accommodations

Habitaciones privadas no meo de um pinhal e eucaliptal
 Des logements particuliers au milieu d'une forêt de pins
 Private shelters under blue gum and fine trees

Dancing • Salão de Chá • Restaurante • Bar • Estalagem • Piscina
 Grand salon par équer, service de thé et bar. Meubure choisie au Restaurant
 Dancing Hall, tea-room and Bar • Special service and Restaurant

MARISCOS - Vinhos das melhores marcas
 COQUILLAGE - Du bon vin et liqueurs
 SEAFOOD - Good wine, liquors of the best trade marks

Coquetils - Casamentos - Banquetes
 Service spécial pour fêtes de mariages
 Cocktails, Wedding parties, entertainments

NÃO DEIXE DE VISITAR ESTA INÉDITA INOVAÇÃO TURÍSTICA
 Ne vous remettez pas au lendemain pour visiter et pour le douce climat de cette belle place
 Don't forget to visit this unique tourist innovation to enjoy life

Telefone 0211 37 - 0211 77

Vista parcial da Piscina
 Um aspecto do Bar da Piscina



«Oito quilómetros de estrada percorridos em breves instantes, faziam-nos integrar no ambiente da pequena «cidade» turística do Muxito, em Vale de Gatos, e a dez minutos de Cacilhas.

Ambiente excecionalmente acolhedor e diferente que, pelas suas admiráveis condições, imediatamente reflecte e transmite todo o valor de uma das mais belas realizações turísticas.

O «mundo» à parte que se vive na «cidade» do Muxito, representa, afinal, a vida de todo o mundo concentrado na extensa área do seu conjunto urbanístico de futura «cidade» - satélite da capital, como ponto privilegiado para repouso e ao mesmo tempo, para recreio de adultos e crianças.»²⁷

Descrito como um empreendimento magnífico que honra o turismo português, o Muxito é assim considerado um dos grandes atractivos do concelho do Seixal, vocacionado para receber o turista de Lisboa, pela proximidade e pelo conforto que o complexo proporcionava, assim como o turismo itinerante ou a automobilistas que se encontrassem de passagem.

«Neste ambiente saudável, a “família turística” encontra todos os atractivos e as melhores condições do «habitat» moderno, em que a vida repousante e tranquila das moradias, e do seu meio campestre, sem ruídos, de ar puro e de oxigénio, se casa perfeitamente com a alegria e o ritmo que reina ao lado, nos «domínios» da Pousada ou

²⁷ **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades.** III série, Ano XXV, nºs 9-10 (janeiro-junho 1961), p. 111.

estalagem e de bons restaurantes e do belo campo de golfe, *court* de ténis, de pista de patinagem e da magnífica piscina, de rigorosas dimensões olímpicas (...)).²⁸

A partir da década de 60, os números temáticos da revista começaram também a abranger os territórios do Ultramar, sobretudo os de Angola, Moçambique e Guiné, contribuindo assim para dá-los a conhecer, divulgando alguns dos seus costumes e etnografia (rituais, penteados e trajes, parentesco, arte nativa, etc.), e outros aspetos turísticos mais atrativos, como o ambiente natural, os safaris e caçadas, entre outros. Tal é o caso do número 11-12, da 3ª série, datado de julho-dezembro de 1961, dedicado exclusivamente a Angola e Moçambique, que aborda as inúmeras potencialidades turísticas destas antigas colónias.

Outros números especiais foram dedicados a temas específicos, como as praias, as termas e estâncias de verão, sobretudo em edições da estação estival. Nesses números incluíram-se artigos sobre as praias mais atrativas da época, situadas na Costa do Sol, Algarve, Figueira da Foz, Costa da Caparica, Espinho, Póvoa do Varzim, entre outros locais, assim como sobre as principais estâncias de termalismo, situadas na Curia, Vizela, Caldelas, Felgueira, Gerês, Moledo, Luso, etc. Em ambos os casos, os artigos procuravam enaltecer os inúmeros benefícios para a saúde e bem-estar que este tipo de turismo proporcionava no verão.

O tema do Natal deu origem também a alguns números especiais abordando esta época do ponto de vista das tradições locais, dos costumes portugueses associados a esta festividade, servindo para divulgar o património artístico de índole religiosa, como as igrejas e os presépios de Machado de Castro; as obras de arte, incluindo pinturas alusivas à sagrada família; as narrativas associadas ao Natal (crónicas, contos, peças de teatro, poesia); e as paisagens gélidas e inverniais, repletas de neve, de várias regiões do país.

Além destes temas, a *Revista Turismo* incluiu nos seus números especiais aspetos indissociáveis da vida portuguesa da época como a Tauromaquia, a Caça, o Culto mariano, em Fátima, e o Cieloturismo.

No que respeita à Tauromaquia, destaca-se o número 84, datado de maio-julho de 1949, o qual apresenta uma abordagem exaustiva sobre os touros e as touradas em Portugal, incluindo uma contextualização histórica sobre as origens desta tradição; a descrição do modo de vida dos campinos no Ribatejo e a sua ligação aos touros; as festividades associadas aos mesmos; as danças do Ribatejo; os toureiros mais conhecidos na época, e o fado, descrito como canção popular que expressa a melancolia de um povo, que vive de saudade.

O número 86, de outubro-novembro de 1949, é dedicado à caça, incluindo uma síntese histórica da evolução desta atividade, desde os primórdios da humanidade até ao princípio do

²⁸ Ibidem.

século XX, salientando-se a figura do rei D. Carlos I, amante dos desportos venatórios. Este número integra também variados artigos sobre a prática desportiva da caça, analisando a evolução das armas de caça, a história do Santo Huberto, patrono dos caçadores; a caça na pintura europeia e na história de Portugal; os cães de caça; as espécies cinegéticas do país, entre outras curiosidades. Trata-se de uma abordagem um pouco diferente daquela que era normalmente preconizada nesta publicação, uma vez que reforça as potencialidades do país neste tipo específico de turismo.

Outro tema a merecer um número exclusivo na *Revista Turismo*, são as peregrinações religiosas. Nesse sentido, o número 90, datado de março de 1950, é inteiramente dedicado ao culto de Fátima e às romagens ao seu santuário. Os artigos que este número integra fazem referência não só a Fátima, mas também a outros locais de peregrinação na Europa, como o Vaticano, ou Lourdes, em França. Considerado como um centro de fé e de turismo religioso do país, este número pretende dar a conhecer outras valências turísticas da romagem a Fátima, divulgando-se outras opções de itinerários que permitiam explorar outros locais na região, situados junto aos caminhos que levam ao santuário, incluindo as localidades das Caldas da Rainha, Alcobaça, Batalha ou Leiria.

Também o Ciclismo e Cicloturismo foram temas de um número especial, não datado, mas provavelmente de 1950. Trata-se de uma forma diferente de dar a conhecer o país, em duas rodas, incluindo artigos sobre a história da bicicleta e o itinerário turístico da *XVI Volta a Portugal em bicicleta*, desse ano. Nesse âmbito, este número especial salienta alguns dos pontos de interesse a visitar nas terras onde decorre a competição, como monumentos, e indica algumas sugestões de hotéis, pensões e restaurantes locais. Merecem destaque também alguns dos corredores com maior popularidade no ciclismo, na época.

Segundo Alves Morgado, autor do artigo «Ciclismo e Turismo: os périplos velocipédicos», incluído neste número, esta iniciativa desportiva tão conhecida dos portugueses, constituía um:

«(...) filme colorido de propaganda turística, - um filme pletórico de acção intensa, dominadora e, por vezes, arrebatadora (...) as provas deste género transcendem o seu significado desportivo, para interessarem de perto as populações não desportivas das regiões que serão teatro, por momentos, de episódios da luta.

(...) A Volta a Portugal serve à maravilha, como outras manifestações desportivas (...) a propaganda de uma terra ou uma região- e serve-a desinteressadamente, quase gratuitamente. A propaganda é o fundamento do turismo. Sem propaganda - não pode

haver turismo (...) Ora a propaganda que a «Volta» oferece às terras, escolhidas para o itinerário dos estradistas, é completa, metódica e...de graça.²⁹

Por ser uma publicação especializada com a finalidade de promover e divulgar o setor turístico dentro e fora de portas, a revista integrou frequentemente, ao longo da sua edição, vários artigos de reflexão sobre a situação do turismo em Portugal, analisando as potencialidades do setor, assim como as dificuldades existentes, as infraestruturas e as necessidades sentidas. Nesse sentido, encontram-se ao longo da edição da revista diversas entrevistas, relatos e testemunhos de personalidades ligadas ao turismo, que manifestaram a sua opinião relativamente ao que se passava neste setor económico e o que era necessário implementar.

Um dos grandes problemas do turismo em Portugal foi durante muitos anos, o atraso da indústria hoteleira, com uma oferta escassa e muitas vezes com más condições de higiene, revelando um fraco crescimento relativamente a outros países da Europa. Tal situação agravou-se sobretudo durante o período da II Guerra Mundial, quando Portugal se tornou uma porta aberta para os refugiados, que advinham de toda a Europa, invadindo as nossas fronteiras, em busca de uma viagem só de ida para a América ou África. Nessa altura, a oferta hoteleira manifestou-se claramente insuficiente, sendo a estância balnear da Costa do Sol, no Estoril, um dos destinos mais procurados para responder a esta solicitação massiva de alojamento.

« (...) o problema é ainda mais delicado quando se atravessam condições normais, como as do presente momento, derivadas da guerra (...) a concorrência dos hóspedes, sobretudo estrangeiros, tende a crescer, ao passo que as dificuldades sobre abastecimentos se vão avolumando».³⁰

Face a este problema, António Ferro apela, num discurso pronunciado em 1943, aos delegados das Comissões e Juntas de Turismo, para que sejam tomadas medidas na receção dos estrangeiros, reforçando a importância da hospitalidade aos que chegam.

«O sorriso deve ser a “palavra de ordem para as fronteiras dos países amáveis, calmos, dos países que são refúgio. Quando o viajante fatigado, mal-humorado, mal dormido, sujo, chega à fronteira desses países deve sentir uma impressão de leveza, de mundo novo (...)»³¹

²⁹ MORGADO, Alves - Ciclismo e Turismo: os périplos velocipédicos. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. (1950?).

³⁰ O problema dos hotéis e as dificuldades da guerra. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VII, nº49 (Setembro-Outubro, 1942).

³¹ FERRO, António - **Turismo, fonte de riqueza e de poesia**. Lisboa: Edições SNI, 1949, p.26.

Passado este período conturbado da história mundial, a preocupação de quem defendia o turismo em Portugal era que se apetrechassem os hotéis e se dotassem os mesmos de condições que assegurassem o conforto dos visitantes, pois embora o país não tivesse sido assolado pela devastação de uma guerra, era importante reforçar a oferta hoteleira e melhorar a existente.

No pós-guerra, o país recuperou discretamente a procura turística internacional, embora só tenha começado a ter maior expressão económica a partir da década de 60. Assim, e apesar dos esforços desenvolvidos para a promoção do turismo, ficamos a conhecer através da leitura desta revista, que este setor sempre revelou algumas fragilidades e atrasos, nomeadamente na oferta hoteleira e na rede de estradas e transportes, existindo vários artigos dedicados à análise dos seus “aspectos criticáveis”.

Assim, é apenas entre as décadas de 50-60 que o turismo a nível nacional e internacional conheceu melhores condições, com a construção de estradas e a melhoria dos transportes terrestres, bem como com a evolução dos transportes aéreos. Enriqueceu-se também o parque hoteleiro de qualidade, criando-se Pousadas de Portugal, adaptadas em edifícios com valor histórico e patrimonial.

Do mesmo modo, intensificou-se o turismo popular excursionista, o qual era bastante divulgado em artigos da *Revista de Turismo*, alusivos a excursões e à importância do português conhecer melhor o seu próprio país.

«Há (...) que canalizar este gosto dos portugueses pelas viagens: há que organizar o turismo popular, à medida das posses dos que trabalham. Existem já grupos excursionistas, ranchos de famílias, quando muito sociedades de bairros, que podem ser as células do organismo a pôr de pé e que, sob a forma de cooperativa, trate de aproveitar e satisfazer a tendência natural para as excursões, que são recreio e ensinamento, forma de estreitar laços de fraternidade e circulação de riqueza.»³²

Durante os anos 60, os cartazes de promoção turística do país continuam a apostar em publicitar o nosso sol e as boas condições atmosféricas do território, com temperaturas mais amenas do que as de outros países da Europa do norte, atraindo visitantes nacionais e internacionais, sobretudo vindos de França e Inglaterra. O turismo de inverno manteve-se praticamente inexistente, até aos anos 60, sendo a oferta muito escassa.

Continua-se a apostar na imagem de marca de um povo rico em tradições e em costumes únicos, apoia-se a realização de festivais folclóricos, a divulgação de feiras, festas e

³² B., J.- Turismo Popular. In *Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades*. Ano VII, nº42 (setembro-outubro, 1941).

romarias das várias regiões do país, e traça-se um planeamento turístico assente na preservação das tradições e usos locais, com o intuito de atrair forasteiros a todos os cantos do país.

No início dos anos 60, nos números 9-10, da 3ª série, 1961, por ocasião do 25º aniversário da revista, fazem-se balanços sobre a evolução económica do turismo em Portugal³³ na década de 1949-1959, onde se constata que existe um crescimento desta atividade económica exponencial.

«Tardou-se entre nós (...) reconhecer em plenitude a importância decisiva da tendência viajeira nos destinos da nossa economia. Atrasos consideráveis, em matéria de condições de alojamento, meios de comunicação, atractivos, organizados e fomentados, facilidades formais e materiais, acumularam-se prolongadamente. A força irresistível da expansão turística foi mais forte, no entanto do que as tendências da rotina ancestral. A grande vaga chegou até nós; e um espontâneo, ao mesmo tempo que fomentado, movimento de valorização dos recursos nacionais de turismo começa a transformar necessariamente a fisionomia do País».

Em conclusão, resta dizer que a *Revista Turismo* constitui um importante recurso bibliográfico que muito contribui para a escrever a história e a evolução deste setor económico em Portugal, entre os anos 30 e 60, servindo para refletir sobre a imagem identitária do país durante o Estado Novo, conhecer os contornos da política de propaganda e divulgação desta atividade. Trata-se de uma fonte de informação essencial a quem realiza investigação no campo das ciências sociais, nomeadamente nas áreas da Antropologia ou Sociologia, contextualizando as mentalidades, os discursos, os significados e os valores da cultura popular, imagem de marca do turismo e do povo português nessa época.

³³ Cf. LASEMA - De Fernão Mendes Pinto às Realidades Actuais: Um breve balanço da evolução económica do Turismo Nacional. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. III série, Ano XXV, nºs 9-10 (junho de 1961).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, Maria João – Traços da viagem: a institucionalização do turismo na primeira metade do século XX. **THJ- Tourism and Hospitality International Journal** [Em linha]. 3:2 (novembro 2014). [Consult. 25 jun. 2020]. Disponível na WWW: <https://thijournal.isce.pt/index.php/THIJ/issue/view/7/12>.

DAMASCENO, Joana- **Museus para o Povo Português**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010.

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

HENRIQUES, Eduardo Brito; LOUSADA, Maria Alexandre – Férias em Portugal no primeiro quartel do século XX. A arte de ser turista. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010.

LIMA, MANUEL A.S – **Amora: Memórias e Vivências d’Outrora**. LISBOA: PLÁTANO EDITORA, 2010.

LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010.

LOUSADA, Maria Alexandre – Viajantes e Turistas. Portugal, 1850-1926. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010.

Ó, Jorge Ramos do - **Os anos de Ferro: O dispositivo cultural durante a “Política do Espírito” 1933-1949**. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.

VIDAL, Frédéric; AURINDO, Maria José – Turismo e Identidade Nacional: Uma Nova Imagem para Portugal. In LOUSADA, Maria Alexandre; PIRES, Ana Paula (coords.) – **Viajar**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, 2010.

REVISTAS CONSULTADAS

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades

A Vila do Seixal: um importante centro industrial. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano IX, nº59 (agosto-setembro 1944).

B., J.- Turismo Popular. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VII, nº42 (setembro-outubro 1941).

CARDIM, Guilherme - Cozinha Portuguesa e Pratos Regionais. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VI, nº42 (setembro-outubro 1941).

LASEMA - De Fernão Mendes Pinto às Realidades Actuais: Um breve balanço da evolução económica do Turismo Nacional. In **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. III série, Ano XXV, nºs 9-10 (junho de 1961).

MACHADO, Falcão - Valor Histórico, Comercial, Industrial e Turístico do distrito de Setúbal. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano XII, nº88 (janeiro 1950).

MORGADO, Alves - Ciclismo e Turismo: os périplos velocipédicos. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. (1950?).

O quinto aniversário da Revista Turismo. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano V, nº 39 (março-abril 1941).

O problema dos hotéis e as dificuldades da guerra. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano VII, nº49 (setembro-outubro 1942), (1950).

P., A.- O Minho: província encantadora e de gente hospitaleira. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I, nº5 (janeiro 1937).

SANTOS, J. Correia dos, Coronel - O Algarve: província de turismo. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I, nº5 (janeiro 1937).

Turismo e os Grémios Regionais. **Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades**. Ano I nº6 (fevereiro 1937).

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades. Ano VII, nº46 (março-abril 1942).

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades. Ano IX, nº59 (agosto-setembro 1944).

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades. Ano XII, nº88 (janeiro 1950).

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades. III série, Ano XXIV, nº5 (janeiro 1960) e Ano XXVI, nº13 (janeiro-fevereiro 1962).

Turismo: Revista de Hotéis, Viagens e Actualidades. III série, Ano XXV, nºs 9-10 (janeiro-junho 1961).