

**Carla Ribeiro , IPP - Escola Superior de Educação**

carlaribeiro@ese.ipp.pt

CEPESE – Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade, UP

InED – Centro de Investigação e Inovação em Educação, ESEP





# **A Propaganda da Nação: turismo ferroviário em Portugal nos anos trinta**

## PROBLEMA

“A propaganda do nosso país lá fora, é feita já hoje inteligentemente, [mas]as belezas do nosso país necessitam primeiro que tudo ser reclamadas entre nós, pois a maioria dos portugueses que viajam não conhecem ainda o seu torrão”.

(Carlos Mendes da Costa – “O turismo e os caminhos de ferro”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1070, 16.7.1932, p. 336)

## SOLUÇÃO

“[É necessário que] Portugal seja mais conhecido dos portugueses, e se dê para baixo nesse vício [...] de se elogiar o ‘lá fora’ turístico e pitoresco”.

(Armando Ferreira – “Excursões”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1062, 16.3.1932, p. 144)

**QUAL O PAPEL DOS CAMINHOS-DE-FERRO NACIONAIS NA RESPOSTA A ESTAS PRETENSÕES?**

## PORTUGAL E O TURISMO: ORGANIZAÇÃO

1911	Constituição, no Ministério do Fomento, de um Conselho de Turismo, coadjuvado por uma Repartição de Turismo, dotada de autonomia administrativa e financeira
1920	Extinção do Conselho de Turismo e integração no Ministério do Comércio e Comunicações da Repartição do Turismo
1921	Abertura em Paris da primeira representação do turismo nacional no estrangeiro, gerida pelo Estado e pela Companhia Portuguesa dos Caminhos de Ferro Criação das Comissões de Iniciativa (base das estruturas orgânicas locais)
1927	Repartição de Turismo colocada sob a dependência do Ministério do Interior, com os serviços ligados ao turismo agrupados na Repartição de Jogos e Turismo
1929	(Re)Criação do Conselho Nacional de Turismo, em grande medida para dar resposta à participação portuguesa na Exposição Ibero-Americana de Sevilha
1931	Criação das Casas de Portugal em Paris e em Londres
1933	Criação da Casa de Portugal em Antuérpia
1934	Criação, pelo Automóvel Clube de Portugal, do Centro de Turismo Português (que representa o país na <i>Alliance Internationale de Tourisme</i> )
1935	Fundação da FNAT - Fundação para a Alegria no Trabalho Instituição do Conselho de Turismo do Ministério dos Negócios Estrangeiros (que substitui a Comissão de Propaganda do Turismo no Estrangeiro)

## PORTUGAL E O TURISMO: IMPORTÂNCIA

Em **1931**, **José de Ataíde**, chefe da Repartição de Turismo, apresentava este campo de atividade como “um dos principais contribuintes [...] para essa obra de ressurgimento que se desenha, [...] um dos agentes que mais eficazmente devem influir na reconstrução económica do país”.

Em **1932**, **Joaquim Roque da Fonseca**, diretor da Associação Comercial de Lisboa e membro das Comissões de Turismo do ACP e do Ministério dos Negócios Estrangeiros, defendia que “o turismo pode e deve ser para nós o mesmo que é para a França, para a Itália e para a Suíça – a maior das grandes indústrias nacionais”.

Em **1934**, no I Congresso da União Nacional, o engenheiro **José Duarte Ferreira** apresentava o sector turístico como uma “indústria [que] não só provoca o desenvolvimento de actividades nacionais como promove uma drenagem de ouro para dentro do país, [contribuindo] para o equilíbrio da nossa balança económica”.

Em **1936**, no I Congresso Nacional de Turismo, **Francisco de Lima** afirmava: “O turismo é hoje uma força e uma riqueza [...], um dos valiosos elementos de prosperidade nacional”.

# O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO FERROVIÁRIO EM PORTUGAL

A partir da década de 1840, o alargamento da rede de caminhos-de-ferro trouxe consigo uma alteração importante em termos de turismo:

- porque tornou as viagens mais rápidas, mais seguras, mais cómodas e mais baratas
- porque tornou acessível a um maior número de pessoas as viagens de lazer
- porque os locais que passaram a ser considerados como destino dos turistas foram determinados pela própria rede de caminhos-de-ferro



**alargamento da viagem turística às classes médias:**

- campanhas publicitárias de divulgação de locais de interesse turístico
- grande diversidade de iniciativas promocionais
- redução de preços dos bilhetes

TIPOLOGIA	DATAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
<b>Comboios de recreio entre Lisboa e o Porto</b>	Criados em 1860	Reduções dos preços dos bilhetes em épocas festivas ou de banhos
<b>Bilhetes de temporada de banhos e águas minerais</b>		Bilhetes de ida e volta com uma validade de 60 dias
<b>Viagens coletivas</b>	Estabelecidas em 1887	Destinadas a grupos colegiais e professores, aplicáveis durante as férias escolares, fins de semana e feriados
<b>Tarifas especiais</b>		Viagens para acontecimentos particulares, tais como exposições, congressos e feiras, e para destinos e monumentos de interesse turístico
<b>Viagens circulatorias</b>	1889/1891	Itinerários propostos em Portugal (3 itinerários criados em 1889), em Portugal e Espanha (2 itinerários criados em 1891 com duração de 60 e 80 dias) ou pela Europa
<b>Bilhetes quilométricos</b>	A partir de 1906	Valor pago dependia das distâncias percorridas
<b>Bilhetes de excursão</b>	A partir de 1909	Tarifa combinada de bilhetes de excursão em que os passageiros escolhiam os itinerários pagando conforme os quilómetros a percorrer
<b>Excursões ferroviárias</b>	A partir de inícios do século XX	A vários pontos do país, em épocas especiais (Algarve no florir das amendoeiras; Serra da Estrela para a prática de desportos de inverno; Tomar para a Festa dos Tabuleiros)

(Matos, Ribeiro, Bernardo, 2009)

## O PAPEL DA *GAZETA DOS CAMINHOS DE FERRO*

- rubricas como *Notas de viagem*, *Propaganda de Portugal*, *Viagens no país*, *Excursões no país*, *Página artística*, *Páginas de turismo*, *Portugal turístico*, *Portugal país de turismo*, *Crónicas de viagem*
- artigos sobre as linhas de caminho de ferro com interesse turístico, descrevendo paisagens, monumentos, aspetos etnográficos e estâncias termais e balneares



**contribuiu de forma efetiva para a promoção turística do país**



## O PAPEL DO *ESTADO NOVO*

- empenho oficial na produção e na divulgação de atividades turísticas
- atração de um público de fracos recursos económicos
- preocupação em controlar os tempos livres das camadas mais desfavorecidas



Defesa de excursões em comboios para as classes menos abastadas como meio de promover “uma distracção sã que faça desviar uma grande parte do público de maus hábitos radicados”.

(A. de Melo e Niza – “Comboios Populares”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1083, 1.2.1933, p. 72)

INICIATIVAS DA C.P.	
DESIGNAÇÃO	<i>Comboios Mistério</i>
DATA	1932
RESPONSÁVEL	Companhia Portuguesa dos Caminhos de Ferro/António Montês (chefe do Serviço de Turismo e Publicidade da CP)
APOIOS	<i>Gazeta dos Caminhos de Ferro</i> <i>Viagem, Revista de Turismo, Divulgação e Cultura</i>
INSPIRAÇÃO/ ORIGEM	Inglaterra e Estados Unidos da América
DESCRIÇÃO	Omissão do destino e do percurso das viagens, que constituíam uma surpresa para os viajantes  Baixos preços praticados: 200\$00 1ª classe; 175\$00 2ª classe; todas as despesas compreendidas
RESULTADOS	Verão de 1932: 9 viagens  Norte, Beira Baixa, Galiza, Salamanca  c. 3 000 viajantes

## **Inicialmente, a iniciativa foi recebida com desconfiança:**

“Como a maior parte das excursões só se realizam havendo um número determinado de passeantes, o que faz com que até às vésperas da partida ninguém saiba se há ou não excursão; e como o público lisboeta é desconfiado a valer, ou faz de esperto, querendo aqueles saber para onde vai e estes saberem já tudo por inconfidências... íamos apostar que o *comboio-mistério* em Portugal será um *comboio-fiasco*”.

(Armando Ferreira – “VIII-Mistério”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1068, 16.6.1932, p. 280)

## **Entretanto, as opiniões foram mudando:**

“Neste lugar, há 15 dias, duvidamos do sucesso, tão enigmáticos e desconfiados são os portugueses; afinal a ideia foi bem acolhida, e os *reclames* que anteciparam a organização do comboio, embora ainda, compactos e pouco atraentes, conseguiram despertar mais de um cento de viajantes...”

(Armando Ferreira – “IX-Viajar”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1069, 1.7.1932, p. 304)

## PORQUE, ENTÃO, DUROU APENAS UM VERÃO A INICIATIVA DO *COMBOIO MISTÉRIO*?

“Para outros, mais pessimistas, significará um desejo de propaganda, de actividade, de actualidade, pois escassos foram os proventos, e comboios houve que deram prejuízo”.

“8 dias antes de sair do Rossio já o seu feliz passageiro sabe, ufano, para onde vai. O gosto do mistério, o ancestral apetite de marchar para o desconhecido é vencido, no século XX, pela excelsa vaidade de estar no segredo dos deuses”.

“É curioso [...] notar, que, para o final das excursões realizadas em 1932, quase todos os viajantes se conheciam pois se repetiam de semana para semana, demonstrando assim [...] que constituem uma minoria igual e repetida”.

“Portugal, que é muito *Grande*, na História, no império colonial [...] é infelizmente pequeno em Hotéis de 1ª, e comodidades turísticas de honrar uma excursão, [tornando-se difícil combinar] essas belezas do Portugal pitoresco com os quartos com água corrente e os encantos da jornada diurna com a dureza encaracolada dos colchões nocturnos...”.

(Armando Ferreira – “A atracção do mistério”.  
*Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1092, 16.6.1933, p. 360)

INICIATIVAS DA C.P.	
DESIGNAÇÃO	<i>Expressos Populares</i>
DATA	1933-1952 (pelo menos)
RESPONSÁVEL	Companhia Portuguesa dos Caminhos de Ferro/António Montês (chefe do Serviço de Turismo e Publicidade da CP)
APOIOS	<i>Gazeta dos Caminhos de Ferro</i> <i>Viagem, Revista de Turismo, Divulgação e Cultura</i>
INSPIRAÇÃO/ ORIGEM	Itália ( <i>treni popolari</i> ) e França ( <i>trains Bonnet</i> )
DESCRIÇÃO	Destinava-se às classes baixas de Lisboa e Porto, realizando-se em carruagens de 3ª classe, com uma tarifa única de 20\$00/pessoa  Passeios, de ida e volta no mesmo dia (normal/ domingo), dirigindo-se a pontos pitorescos ou cidades históricas do país
RESULTADOS	1933-1935: 29 000 viajantes  1933-1941: 100 000 viajantes  Vila Viçosa, Évora, Santarém, Coimbra, Figueira da Foz, Porto, Viana do Castelo

## **A iniciativa mereceu aprovação imediata e unânime dos meios turísticos nacionais:**

na *Gazeta dos Caminhos de Ferro*, o engenheiro Armando Ferreira via a ideia como “a confirmação do sintoma de *vida nova*”, o quebrar do “narcisismo de importância dos potentados ferroviários”, obrigados a “despertar, e vir cá baixo ao contacto do povinho, do senhor passageiro, adulá-lo, lisonjeá-lo e apregoar-lhe a mercadoria, que é aqui, a viagem, [numa] procura do aumento de receitas”.

(“Os Expressos Populares”. *Gazeta dos Caminhos de Ferro*, nº 1095, 1.8.1933, p. 442)

n’ *O Século*, Samuel Maia, via-a como uma “obra meritória [...], reconstituente do vigor e da alegria ao povo produtor e consumidor”.

(“Os Expressos Populares”. *O Século*, 27.7.1933, p. 1)

na *Viagem, Revista de Turismo, Divulgação e Cultura*, enaltecia-se a ideia, considerando que “a maioria dos Portugueses, por lhe estar vedado pela falta de recursos, desconhece os encantos e belezas das nossas panorâmicas, a graça ingénua das nossas tradições, os usos e costumes, os monumentos e locais históricos, padrões gloriosos do nosso passado cheio de grandeza”.

(“Expressos Populares”. *Viagem. Revista de Turismo, Divulgação e Cultura*, nº 8, maio-junho de 1939, p. 1)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Quando em Portugal se falar em turismo, há-de reconhecer-se que a C.P. tem contribuído poderosamente para o seu desenvolvimento”.

(António Montês – “Viagens de Turismo para Portugueses”.

*Viagem, Revista de Turismo, Divulgação e Cultura*, nº 8, junho de 1941, p. 4)

*CP/comboios mistério*

*CP/expressos populares*

claras vantagens para o turismo interno nacional



- crescimento dos serviços de transporte terrestre
- maior afluxo de hóspedes nas organizações hoteleiras regionais
- fomento do gosto pelas viagens
- torna acessível as viagens de lazer às classes médias